VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

现代语言学系列之八 许威汉 主编

传播语言学

齐沪扬 著

河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播语言学/齐沪扬著. 郑州:河南人民出版社,2000.1
(现代语言学系列/许威汉主编)
ISBN 7-215-04472-6

Ⅰ.传… Ⅱ.齐… Ⅲ.传播学:语言学 Ⅳ.H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 09255 号

河南人民出版社出版发行(郑州市农业路 73 号)
偃师市海洋印刷有限公司印刷 新华书店经销
开本 787×1092 1/32 印张 7.875 字数 156 千字
2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷 印数 1-1 500 册

定价:12.00 元

《现代语言学系列》序

语言学是基础科学，又是领先科学。语言学的新发展，是时代的要求。

从历史上看，19世纪开始，就有三种因素对语言学的发展起作用：一是科学上的重要发现、发明以及各种学说、社会思潮对语言学产生影响；二是社会的需求推动语言学演进；三是语言学自身要求解决一系列内在问题。而三者之间又相互联系、相互制约。20世纪电子计算机问世以来，应用范围大大超过单纯的数值运算，它与语言学结合，使语言学发生巨大变化，并相互作用，即计算机给语言学发展以影响，语言学又对计算机的发展起作用。未来社会是信息社会，人机对话更将不断扩大语言交际职能，语言学的功用自必更为突出，语言学的发展自必更为未来社会所关注。

传统语言学的基础雄厚与否，对解决当前问题和迎接未来任务也举足轻重。随着近年文化与文化史研究热潮的掀起，出现了语言与文化相关性的理论，主张科学的语言学应向民族文化和民族语文传统认同并加以转化，创立具有中国特色的语言学。语言学正面临着时代的召唤。

任何学术不是从零开始的，继承与创新是辩证的统一。

语言学没有例外，必将循途继轨，不断有所发明发现。况且作为一种学说，向来都有补正发展余地，语言学说借鉴外来新知，发扬优良传统，达到后来特精，正是学科发展所使然。

今天社会主义事业兴旺发达，研究语言热情日益高涨，为适应新形势，"现代语言学系列"的撰写是十分必要的。本系列起点高，眼界宽，内容丰富而系统，具有学术性、科学性、实用性、指导性和资料性特色，适用面广，语言文字工作者、语言文字爱好者，以及其他各有关学科研究者，都可以从中汲取营养。通读全书，当可深会而知之。

许威汉

于上海师范大学中文系

目　　录

《现代语言学系列》序 …………………………………… (1)
第一章　传播语言学的产生与研究范围 ……………… (1)
一、从传播学的基本理论谈起………………………… (1)
1. 传播学的定义 …………………………………… (1)
2. 传播的发展 ……………………………………… (2)
3. 传播的作用 ……………………………………… (3)
二、传播研究两大学派的启示………………………… (4)
1. 过程学派 ………………………………………… (5)
2. 符号学派 ………………………………………… (7)
3. 给语言学研究带来的启示 ……………………… (8)
三、语言在传播中的作用……………………………… (9)
1. 语言是最重要的交际符号 ……………………… (9)
2. 传播过程中语言的功能 ………………………… (10)
四、传播语言学的研究对象…………………………… (12)
1. 传播语言学与相邻学科的关系 ………………… (12)
2. 传播语言学是语言学的分支学科 ……………… (13)
3. 传播语言学研究的对象 ………………………… (14)
第二章　语言符号 ……………………………………… (16)
一、现代符号学和符号的功能………………………… (16)
1. 符号的定义和现代符号学 ……………………… (16)

2. 皮尔斯、索绪尔对语言符号的理解 …………（18）
3. 符号的功能 ……………………………………（20）
二、语言符号的特点和意义……………………（22）
1. 语言符号的特点 ………………………………（22）
2. 语言符号意义的二度性 ………………………（24）
3. 外延意义和内涵意义 …………………………（25）
三、语言符号的类别………………………………（27）
1. 传播过程中的语言符号 ………………………（27）
2. 传播过程中的专业符号语言 …………………（29）
3. 非语言符号 ……………………………………（30）
四、有关语言符号研究的两个问题………………（32）
1. 形式意义的对应关系 …………………………（32）
2. 语法分析的三个平面的理论 …………………（34）
第三章　语言信息 ……………………………（37）
一、有关信息的基本概念…………………………（37）
1. 信息传播系统的模式 …………………………（37）
2. 信息的本质 ……………………………………（39）
3. 信息的特点 ……………………………………（41）
二、语言信息的结构特征…………………………（42）
1. 语言信息传播图 ………………………………（42）
2. 对语言信息传播图的解释 ……………………（43）
3. 语言信息的内部结构 …………………………（47）
三、语言信息的分类………………………………（49）
1. 语言的社会功能 ………………………………（49）

2. 内储信息和外流信息 …………………………………（50）
3. 语言信息和非语言信息的区别 ……………………（52）
四、语法研究中的信息分类问题…………………………（55）
1. 指称与陈述的研究 …………………………………（55）
2. 有定和无定的研究 …………………………………（57）
3. 已知信息和未知信息的研究 ………………………（60）
第四章　语言运用 ……………………………………………（64）
一、语言运用的三个阶段…………………………………（64）
1. 思维阶段 ……………………………………………（65）
2. 编码阶段 ……………………………………………（67）
3. 发码阶段 ……………………………………………（70）
二、语言运用的原则………………………………………（73）
1. 语句排列原则 ………………………………………（73）
2. 会话合作原则 ………………………………………（77）
3. 语言规范原则 ………………………………………（81）
三、语言运用的信息量选择………………………………（86）
1. 信息量公式 …………………………………………（86）
2. 传播行为中最大信息量的追求方式 ………………（89）
3. 信息量计算公式中熵、冗余在语言运用中的
作用 …………………………………………………（92）
四、语法研究中信息量的问题……………………………（96）
1.“问”的研究 ………………………………………（97）
2. 句子功能的研究 ……………………………………（100）
第五章　语言理解……………………………………………（105）

一、语言理解的心理过程 …………………………… (105)
1. 表层结构的知觉过程 …………………………… (106)
2. 深层意义的建立过程 …………………………… (110)
3. 接受认知的反应过程 …………………………… (114)
二、语言理解中的选择性因素 ………………………… (117)
1. 认知的选择性 ………………………………… (118)
2. 态度的选择性 ………………………………… (123)
三、语言理解中的个体差异理论 ……………………… (129)
1. 社会人口差异 ………………………………… (130)
2. 社会团体差异 ………………………………… (133)
3. 社会心理差异 ………………………………… (136)
四、张斌先生有关句子理解的研究 …………………… (140)
1.《关于句子的意义和内容》、《语句的分析和理解》、《语句的表达和理解》 ……………… (140)
2.《句子的解释因素》……………………………… (142)
3.《句子的理解策略》……………………………… (143)
第六章 语言传播的类型…………………………… (147)
一、语言传播的结构类型 …………………………… (147)
1. 二人传播 ……………………………………… (148)
2. 群体传播 ……………………………………… (151)
3. 公众传播 ……………………………………… (154)
二、语言传播的心理类型 …………………………… (156)
1. 互补性传播 …………………………………… (157)
2. 交叉性传播 …………………………………… (159)

3. 隐含性传播 …………………………………… (161)
三、语言传播的功能类型 …………………………… (164)
1. 满足性传播 …………………………………… (165)
2. 手段性传播 …………………………………… (168)
四、现代汉语中的句类研究的特点 ……………… (172)
1. 突破了静态研究的束缚 ……………………… (173)
2. 引进了较先进的研究方法 …………………… (173)
3. 重视语法研究中三个平面的结合 …………… (174)
第七章　语言传播的媒介………………………………… (177)
一、语言传播媒介的发展 ………………………… (177)
1. 传播媒介发展的三个阶段 …………………… (178)
2. 语言运用在媒介中的作用 …………………… (180)
二、语言传播媒介的差异 ………………………… (182)
1. 语言信息上的差别 …………………………… (183)
2. 接受心理上的差别 …………………………… (186)
三、当代社会语言传播的大众媒介 ……………… (189)
1. 印刷媒介 ……………………………………… (190)
2. 电子媒介 ……………………………………… (193)
四、传播媒介的差异与语体的有关研究 ………… (196)
1. 国内关于省略与隐含的研究 ………………… (198)
2. 国外对隐含的研究 …………………………… (199)
第八章　语言传播的效果………………………………… (202)
一、影响语言传播效果的各种因素 ……………… (202)
1. 影响语言传播效果的内在因素 ……………… (203)

2. 影响语言传播效果的外在因素 ……………（206）
3. 影响语言传播效果的其他因素 ……………（209）
二、改善传播效果的语言技巧 ……………………（212）
1. 表达技巧 ……………………………………（212）
2. 听读技巧 ……………………………………（217）
三、语言传播取得良好效果的理论基础 …………（221）
1. 学习理论 ……………………………………（222）
2. 需要理论 ……………………………………（225）
3. 流行理论 ……………………………………（227）
四、语言研究中有关“信息噪声”的问题 …………（230）
1. 口语中有关“信息噪声”的研究 ……………（230）
2. 关于汉字规范化的问题 ……………………（232）
3. 语法学中关于歧义结构的研讨 ……………（234）
参考文献……………………………………………（239）

第一章　传播语言学的产生与研究范围

一、从传播学的基本理论谈起

传播学是随着美国广播和电视事业的发展，在40年代末、50年代初开始在美国发展起来的。近半个世纪来，传播学已发展为一门综合性的基础科学，成为教育学、心理学、新闻学、社会学、政治学等社会科学的理论基础。传播语言学就是以传播学的基本理论作为基础来进行语言研究的一门新学科，为此，我们很有必要先了解一下传播学的基本理论。

1. 传播学的定义

人类的认识活动中，常常会遇见这样一种有意思的现象：一些少见的、专门的对象，我们可以从不同的角度给出相当精确的定义；而一些常见的、普通的现象，我们却一下子难以给出恰当的界说。给“传播”下定义，就属于后一种情况。所以，尽管传播是人类生活中经常遇见的、甚至是须臾不能离开的一种行为，但“传播”的定义却很难有一个十分确切的说法。40多年来，不少学者下过不少于100多个各种定义，大致可

以归纳为“刺激”、“联系”、“复制记忆”、“理解”、“传输、传递”等 15 个基本要素。其实,任何定义都是以模糊性和相似性为前提的,“穷尽真理”式的定义是不成立的。因此,综合许多学者对传播的研究成果,我们给出的“传播”的定义是下面几点:

(1)传播是在两个或两个以上的人群中进行的,有信息的发出者和信息的接受者。广义的传播还包括机器的传播和自然界动植物之间的传播;

(2)一个良好的传播系统应该是双向的,单向的信息传递难以构成双方的“沟通”;

(3)信息的传递可以通过语言、文字和形象等媒介,也包括音乐、图画、戏剧、舞蹈,甚至所有人的行为都是传递信息的媒介,最重要的媒介是语言。

2. 传播的发展

传播行为是人类的一种基本行为,它与人俱在,与生俱在。从原始社会到今天的社会,一个人若不进行信息的传播沟通,他就难以在世界上立足与生存,可以这么说,人类的历史是一部传播活动的发展史。传播的发展可以从两方面得到体现:

(1)传播的发展表现为传播工具与手段的改善。人类口头语言的产生在传播的发展上具有重大的意义,语言成为人类最重要的交际工具,使信息的传播能更有效、更准确。但口头语言的交际作用会受到时空的限制,因此,近代出现的许多新的最先进的科技成果,有一些就是为了扩大改善人类口头

语言的传播功能的。例如电话、电报、电影、无线电广播、电视、卫星通信的出现，使人类的传播活动具有更快、更远、更广阔的特点，使人类的信息传播活动进入了一个崭新的发展阶段。同时，传播的发展又反过来促进了社会的进步和文明。

(2)传播的发展表现为传播信息记录与贮存的进步。上古原始人只会用结绳记事，将信息贮存起来，以备查考。文字的出现使信息的记录和贮存取得了有历史意义的发展，是人类传播史上的一大革命，使得人类的传播超越了其他动物的传播。而后，印刷术的出现，即 1045 年中国毕升的活版印刷，1450 年德国戈登堡的金属活版印刷，给传播的“革命”带来了促进：使古代的文化能留传至今，使人类的智慧超越了时间与空间的限制。现在由于录音、图像纪录技术的产生，使得生动形象的声音与图像信息，也能永久地留传于世。

传播的发展经历了口头传播、文字传播、电子传播三个阶段，但语言在传播发展中的作用是其他传播媒介、传播手段所不能比拟的。

3. 传播的作用

传播学界一般公认的传播四大职能是“岗哨”(采集情报，保持对环境的警戒、监视)，“论坛”(通过传播媒介帮助人们对重要问题加以理解，协调社会内部的关系)，“教师”(使社会、文化传统世代相传)和“娱乐”(使人们在紧张的工作之余得到消遣和休息)。我们把传播的作用归纳为下面几点：

(1)传播是人类互相沟通的需要。文化的交流、文明的发

展、感情的凝聚、共同行为的产生,都是沟通的结果。

(2)传播是构成群体社会的要素。因为地理与人为的阻隔,使信息传播只能在一个范围内进行,这样就产生了群体。传播是群体社会稳固的基础。

(3)传播是记载人类历史的载体。人类的历史,特别是人类文明史的许多社会遗产,是靠着传播得以完整、准确地保存下来。

(4)传播是人们身心平衡的必要条件。人类传播的过程,表现为人们将一种思想借助于传播工具,传播到特定的目标,引起对方的认同。传播能达到人类和谐相处的良性循环的目的,使社会的各个部分互相关联起来。

(5)传播能满足人类求取知识、娱乐身心的要求。传播是一个恒动过程,人类在这个过程中,学习到了新的知识,同时也改善了精神生活,娱乐了身心。

二、传播研究两大学派的启示

作为一门新兴学科的传播学,虽然历史不长,但在它的发展过程中"兼并"了形形色色的哲学立场和学术思想。这种多学科的理论源泉,使传播研究的理论体系呈现出百花齐放的局面。这些五花八门的传播体系细细梳理起来,可以分成过程学派(Process School)和符号学派(Semiotic School)两大学派。这两大学派对传播现象的理解和对传播研究的重心有所不同,它们的思想和观点对于语言研究却有着一种新的启示,

传播语言学是在这种新的启示下得以建立起来。

1. 过程学派

过程学派主要着眼于传播的整个过程，它把传播看成是“信息的传递”过程，它所关心的是下面几个问题：

(1)传播的基本要素是由哪些组成的。通常认为传者、受者、信息，媒介和效果为传播的最核心要素。著名传播学家，美国耶鲁大学拉斯韦尔(Lasswell)把这五个最基本的要素归纳为五个“W”，即 Who says What in which channel To Whom what effects.

(2)在传播过程的每个环节里是如何进行信息的传递的。具体地说，传者是如何编码，发码的，受者是如何受码、解码的，传输器是如何使用信道，媒介的，等等。

(3)传播的效果体现在什么地方。例如信息量接受上冗余度的大小，精确度的大小，要求受者的反馈是正反馈还是负反馈，传者和受者的经验范围对传播产生的影响和作用等。

过程学派的理论是在系统、控制、信息这三个基本范畴和相关理论基础上形成的。系统论、控制论、信息论是现代科学中出现的一类涉及面广、具有宏观性质的崭新的学科，这三门学科被称做为“同一河流的三条支流”，使人们可以将传播学放在一个更广阔的背景下来考察。

系统论(General System Theory)思想是美国生物学家贝塔朗菲在30年代末第一次系统地提出的，但系统的思想的萌芽，则可以上述到人类的上古时代。系统论中的一个最基本

的思想，就是把研究和处理的任何对象当做“系统”看待，从整体上考虑问题。在注意局部的同时，还要特别注意各部分之间的有机联系，把系统内部的各个环节、各个部分，系统内部和外部的环境等因素，看成是互相联系、互相影响、互相制约的。人类的传播行为也有一个传播系统，这个传播系统与其他一切开放的系统一样，具有整体性、相互依存性和自我调节性等特点。例如按照整体性的原则，传播的各种要素在系统内要按一定规则组合在一起，都作为系统中的一个“分子”有机地联成一体。按照相互依存性的原则，传播系统内各个要素总是相互依存，彼此相关的，同时是相互制约的，传者的发码行为，就会受到受者因素及其他因素，如时间、地点、场景等因素的制约。按照自我调节的原则，传播行为都是有目的的，为了达到传播的目的，人们必须调节自己的行为，如语言行为，这种调节也不是无目的的，而是建立在信息反馈的基础上的。

控制论(Cybernetics)是20世纪40年代末出现的一门新型学科。美国数学家维纳1948年《控制论》一书的出版，标志着控制论的诞生。控制论的基本思想是，用信息反馈来调节和控制系统行为，以达到既定目的。因此，系统、信息和反馈原理是控制论中三个最重要的概念。传播系统的控制问题，可以分成传播系统本身的内部控制和传播系统的社会控制即外部控制两个方面。控制论要研究这些系统如何运用自己的输出(Out put)来检测效果，并作出相应的调整，以决定“下一步”如何走，这就是在控制论中的反馈原理的运用。控制论研

究信息，着眼于对传播信息的处理和控制上，信息反馈是人类传播行为得以建立和取得成功的基本点。

信息论（Information Theory）是美国通讯工程师申农1948年写了《通信的数学理论》后诞生的。信息论是关于信息的性质及其测量，传输的理论。运用到传播研究中来，我们可以研究信息的本质是什么，信息的物质载体语言的特点是什么，语言在信息传播中的作用是什么。我们还可以对传播的信息进行测量，引进信息理论中的信息量的计量单位和计量方法，研究信息论中的"熵"和"冗余"的概念在传播中的运用和影响等等。另外，我们还可以研究在传播过程中信息的传送、贮存、变换等问题，也就是研究信息的发送和接收的过程。

过程学派的三大理论基础构成了过程学派的三大研究领域，即传播系统的研究、传播系统的控制的研究和信息传输的研究。

2. 符号学派

符号学派着重于对传播中所使用的符号的研究、对运用符号规则的研究以及符号与规则使用者的研究。符号概念的出现及对符号现象的描述研究，可以上述到公元前几世纪，如先秦的荀子就对符号学的一些基本范畴进行过讨论和分析。本世纪初，现代意义上的符号学，几乎同时发端于欧洲与美国，即以瑞士语言学家索绪尔为代表的欧洲学派和以美国哲学家皮尔斯为代表的英美学派。前者偏重于符号的心理、社

会功能,后者偏重于符号的逻辑功能。目前,不少逻辑学家、语言学家和符号学家都赞成美国符号学家莫里斯对符号学研究范畴的划分,即分成三个领域:语用学、语法学和语义学。

传播研究中符号学派的兴趣在于传播过程中对于“意义”的产生、表达和阐释等问题。他们与过程学派的最大区别在于对符号、运用符号的规则等问题的看法上。符号学派对这些问题给予特别的关注,而过程学派只是将上述对象作为传播过程中的相关要素看待,并不给予特别的关注。语言本身是一种符号,语言又是信息传播的载体,所以我们将在下面一章专门讨论语言的符号问题,这儿就不作详细的探讨了。

3. 给语言学研究带来的启示

我们很难评价传播研究中两大学派的优劣,它们各有自己的适应范围,各有自己的“长”和“短”,它们的并存和互相补充,才能使传播研究成为当代最活跃的一个综合性的领域。语言学的研究与传播学的研究有很密切的关系,传播学的研究会给语言学的研究带来许多新的启示。

(1)语言的交际功能主要体现在传播过程中,因此,研究语言应该以具有交际功能的语言为主,静态的语言研究应向动态的语言研究的方向发展;

(2)语言是一种符号,研究作为符号的语言时,着重考虑传播过程中的意义的产生与表达,意义的产生与传播时的情境等问题有密切的联系;

(3)作为广义的语言,传播活动有口语传播、姿态传播和

文字传播三种，因此，对语言的交际功能的研究应扩大范围。

以往，对语言的研究“总的说来，研究的对象是语言本身，研究的方法是静态分析”，“静态研究很重要，是根本，但是不应当到此为止，用一堵墙把自己圈起来。语言不存在于真空，语言是供人们使用的。研究人们怎样使用语言，这就是语言的动态研究”[①]。传播研究中两大学派理论基础的结合，特别是过程学派的一些理论思想，将为语言学的研究注入新的活力，促使我们建立一门新的学科传播语言学。

三、语言在传播中的作用

1. 语言是最重要的交际符号

语言是人类社会特有的一种信息符号系统，是人们用来进行传播和思维活动的有效工具，一切非语言信息符号都以语言信息符号为基础。因此，语言在信息符号系统中占据最重要的地位。尽管世界上的语言已多达5000多种，内部的差异又很大，但是与非语言符号相比，它们之间有相同的共性，它们在传播过程中具有如下特点。

(1)语言符号具有“一般等价物”的功能，就像货币可以作为一般等价物去交换商品一样，语言可以作为这种“一般等价物”，替换传播过程中的任何非语言符号表达的信息，也就是说，后者能表达的信息，前者都能表达；后者不能表达的信息，前者也能表达。语言是一个复杂的系统，具体的信息、抽象的

信息，都可以用语言表达。

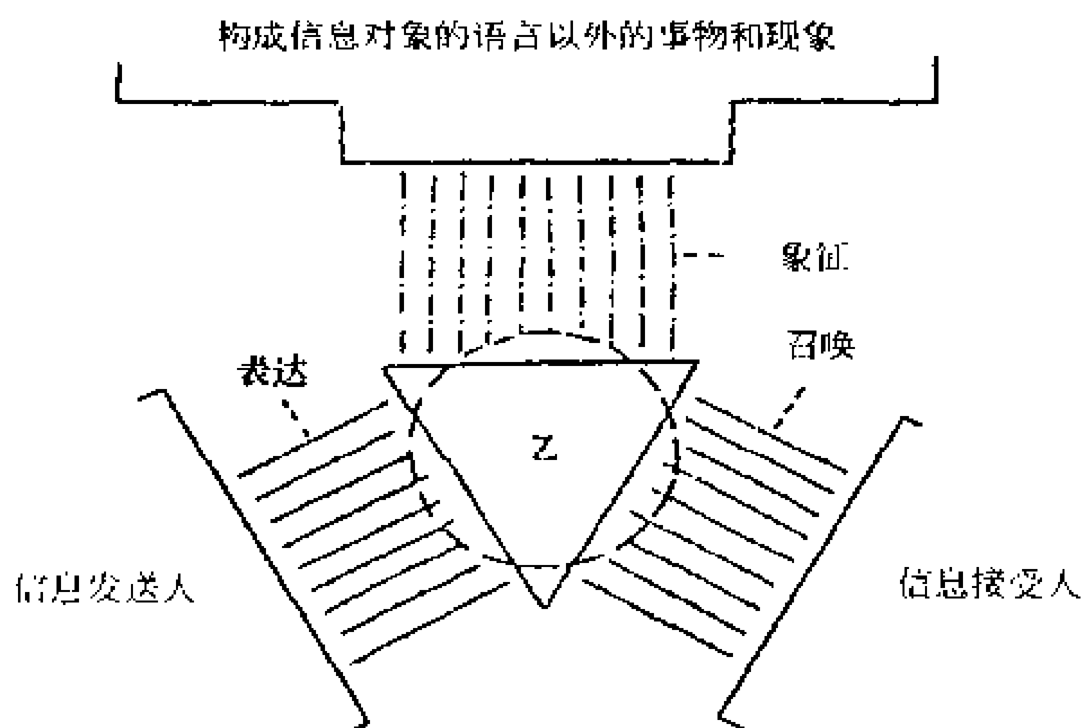
(2)语言是思维的工具，非语言符号不是思维的工具。因此，在传播过程中，人类可以用前者进行编码，把思维活动用句子表现出来，而后者只是起着暗示思维的作用，它们既不是思维的成果，也不是思维的轨迹和工具。

(3)语言具有自我解释的功能，任何非语言符号都不能自己解释自己。例如十字路口的红绿灯，红灯表示禁止通行，绿灯表示可以通行，而红绿灯本身是不能回答这个问题的，只能用语言才能解释清楚。语言不仅能解释非语言符号，而且还能进行自我解释，语言中的一切词都可以用另一些词来解释。

2. 传播过程中语言的功能

奥地利的哲学家、心理学家布朗在他的一本《语言理论》(Sprachoheorie，1934)的书中建立了一个"语言模型"，认为任何一个语言的陈述都有三重关系：①与所说事物状态的关系，②与说话人的关系，③与听话人的关系。这三种关系代表了语言的三种功能，即阐述功能(阐述语言的内容)、表达功能(表达说话人的状态或特性)和信号功能(向听话人发出的信号)。布朗用一个详细的图式表达了他的语言模型。

按照布朗的解释，当中的小圈象征具体的音响现象(即语言的物质外壳)。三角形的三边由三种功能把它们和所指事物的各自领域联系起来；一方面，占有比小圈小的地位，这可以象征这样一个事实，不是音波的所有因素都被牵涉到三个功能之一里面；另一方面，三角形超越小圈，这意味着一定的



音波事实上应该用感知来补充，一般是往客观的数据上加某些东西，即听话人“听到”的比声谱里真正找到的要多[2]。

布朗的语言模型图是建立在动态的语言，即进入交际领域的语言的理解基础上的，这三种功能事实上反映了传播过程中语言的功能。首先，语言本身是一种符号，它是信息的载体，表示一种事物或陈述一件事情；其次，语言又是一种工具，说话人用语言将自己思维中的东西表达出来；同时，语言还是一种信号，听话人接受了这个信号，对信号作出反馈。这个过程就是一个信息的传播过程。而且，布朗的模型图还牵涉到了影响传播的一些因素，如情境、时空、心理诸因素。在表达理解过程中是否与语言本身所表示的意义“适切”(principe de pertinence)，则由小圈与三角形两个图形相交来表现。我们在以后章节中所涉及的许多问题，都是与这张模型图有关联

的。

四、传播语言学的研究对象

1. 传播语言学与相邻学科的关系

传播语言学与许多学科有较为密切的关系，因为传播学本身就是一门从社会学、心理学、政治学等学科中分离出来的新学科。可见传播语言学与社会学、心理学、人类学、新闻学等都有联系，而其中对传播语言学最有影响的应是下面两门学科。

(1)语言文字的信息处理。语言文字的信息处理是一门交叉学科，是一门运用各种机器、设备，对语言文字符号系统进行转换、传输、存贮、加工、复制等处理的一项崭新的科学技术。语言文字的信息处理与传播语言学有相似的一面，即都是研究信息的获取、传输、加工、理解的一般规律的学科。但是，前者的一端是人，一端是机器；而后者的一端是人，另一端也是人。因此，传播语言学可以借助语言文字信息处理时运用的一些方法，例如机器语言的程序编写方式等，用来进行传播过程中的语言的定量分析和变量分析。

(2)认知心理学。认知心理学以研究传统心理学中的认识过程为主，强调认知过程在人的全部心理活动中的重要作用。在当代，信息加工理论是认知研究的主流，因此，认知心理学的许多理论正是传播语言学的理论基础之一，特别对于

传播过程中传者的语言运用和受者的语言理解等方面，都可借助认知心理学的理论，来解释所遇到的问题。

2. 传播语言学是语言学的分支学科

语言学是一门领先的科学，对其他学科的发展有极大的渗透力和影响力。例如，转换生成理论在机器翻译、人工智能、心理学等方面都有很大的影响，但这只是问题的一个方面；另一方面，语言学在其发展的过程中，也受到多门学科理论的方法的影响，丰富了语言学的研究领域和方法，促进了语言学的发展。语言学史表明，语言学不是从纯语言的土地上成长起来的。

与此同时，人类所面临的世界，并不是孤立的，彼此没有联系的；不是单纯由自然科学或社会科学所描述的那个世界，而是一个错综复杂、多变的世界，是自然科学属性与社会科学属性互相交叉、互相渗透、互相影响的世界。随着社会和科学的发展，人类的认识活动也在相应提高，很自然地会把研究的目光投诸到多门学科之间的那些未开垦的处女地上，这样，新的交叉学科和边缘学科就会大量产生。就语言学来说，跟社会科学、自然科学、技术科学诸多学科的结合，产生了诸如心理语言学、社会语言学、神经语言学、工程语言学、病理语言学、数理语言学、计算机语言学等交叉学科，传播语言学应该是其中的一种。

3. 传播语言学研究的对象

传播语言学是研究人类在信息传播活动中语言的运用和理解规律的一门学科。语言是一种符号，是构成传播内容的最为基本的元素。那么，作为传播的符号语言应该具有什么性质，语言符号的内部可以分成多少类别，语言符号与其他符号的区别，语言符号在传播过程中的意义类型是什么等问题的分析，是深入地解剖传播内容的途径。因此，对语言符号的研究是传播语言学的主要内容之一。

语言符号所运载的是一种信息，信息是传播过程中的主要要素之一。弄清语言信息的本质与特征，探讨语言信息的类别，研究语言信息的定量表示以及语言在承载信息时的转换功能，即传播过程中的编码和解码过程的语言的作用等问题，也是传播语言学研究的主要内容。

传播是人与人之间信息的传递与分享，传播是一种社会行为，由传者和受者共同参与，缺乏任何一方就构不成传播。传者的语言运用要遵循什么规则，会遇到什么障碍，要通过什么方法去加以克服，传者个人的因素对语言应用有什么影响，语言运用的心理过程是什么，从传者的角度讨论语言运用的问题也是传播语言学的研究内容。从受者角度说，受者对语言信息的理解直接与传播的效果联系在一起，传播语言学要研究受者对语言的理解策略问题，研究受者在解码时的心理过程，研究影响解码的各种因素等问题。

另外，传播语言学还要研究语言传播的过程和模式，语言

传播的媒介，语言传播的效果以及语言传播的干扰诸问题。

上述都是传播语言学的本身理论的研究。与此同时，我们还将在每一章节中研究一些具体的语言问题。有些语言问题在语言本体研究中，有时颇难取得较好的效果，现在我们把这些语言问题放在传播语言学的框架中加以研究，可能会使这些问题得到较为圆满的解决。

注：

①吕叔湘：《把我国语言科学推向前进》，《中国语文》1981 年第 1 期。

②参见岑麒祥《国外语言学论文选择》，语文出版社，1992 年，第 118 页。

第二章　语言符号

语言符号是构成传播内容的基本要素，是人类社会得以凝聚，人类文化得以发展的重要工具。人与人之间的感情的沟通和意见的交换，如果没有语言符号或非语言符号的运用，可以说是无法完成的。有一位传播学家认为："对传播中所使用的符号的研究，对运作于这些符号的规则的研究，以及对于符号、规则使用者的研究，构成了传播研究的中心。"①

一、现代符号学和符号的功能

1. 符号的定义和现代符号学

给符号下一个确切的、科学的定义并非易事，因为符号一词产生于很早时期，在亚里斯多德的《解释篇》里已经有了对于符号运用的记述。两千多年来，随着时代的发展与科学的进步，人们对符号的认识也在不断变化，于是也就有了各式各样的对于符号所下的定义②。从诸多的对于符号定义的论述中，我们可以看到符号学的发展历史。

那么，按照现代符号学的观点，应该如何给符号下一个确

切的定义呢？在谈这个问题之前，我们先要考察一下形成现代符号学的理论渊源。

一般认为，现代符号的理论渊源来自两个方面。一是美国的哲学家皮尔斯，一是瑞士的语言学家索绪尔。皮尔斯的贡献在于使符号学成为一门独立的学科。他认为符号学是符号的几乎是必须的或形式上的理论，符号学包括逻辑学系统。他的理论在哲学上是建立在对于意义、表达、符号概念的现象学分析基础上的。之后的莫里斯在皮尔斯的理论基础上作了更多的发展，对于符号的形态、意义和应用三个方面作了更详细的区分。而作为结构主义奠基人的索绪尔，则从语言学本身，以语言符号为例，来建立他的符号学理论的。索绪尔认为研究符号必须超出形式的系统本身，不能满足于一种简单的形式化，而要部分地与一般社会科学结合。索绪尔对符号的认识，帮助我们从信息传播的角度为符号作出如下的定义：

> 在交际过程中，运用语言或其他媒介物，为使用的人能够复制的一种信号，就是符号。在这个定义里，我们要区别符号与信号这两个不同的概念。赵元任先生有过一段论述，很清楚地揭示出了二者的不同：
>
> 我们说，乌云密布是下雨的信号，同时也说，绿色是“通行”的信号，红色是“停止”的信号……我们谈论交通信号、加减号、等号之类的东西，和谈论乌云是下雨的信号，含义很不一样。在前一种情况下，信号可以由使用的人创制，赋予它价值，因此它们是一般含义的符号。在后

一种情况下，信号是人们用来推断其他事物的征兆，不能像交通信号那样加以使用。

（《赵元任语言学论文选》中国社会科学出版社，1985）

2．皮尔斯、索绪尔对语言符号的理解

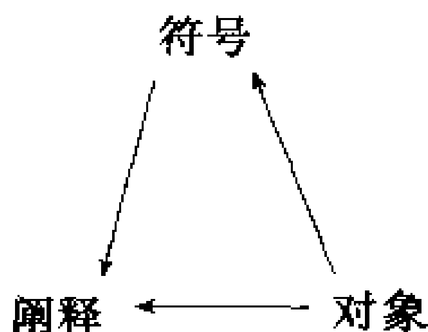
皮尔斯的符号学理论，对当代许多著名的符号学家都产生过巨大的影响。皮尔斯对符号，特别是对语言符号的理解，可以从他所建立的关于符号的关系模式图中得到反映，模式图如下：

从这个图中，反映了皮尔斯的符号观：

(1)符号代表某种事物，是它的对象(object)的现现；

(2)符号在其与对象的联系中，在符号使用者的头脑中会产生某种“思想”，这种思想就是阐释：

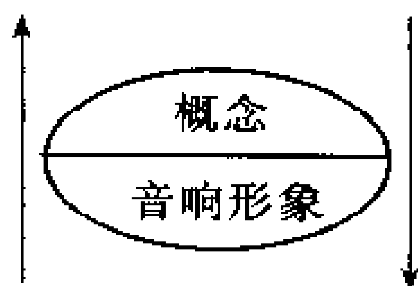
(3)阐释作为符号与对象的中介，具有无止境的符号化的可能性，这种“三合一”的连动关系，可以无止境地进行下去。



那么索绪尔对语言符号又是如何理解的呢？我们要较为详细地介绍他的观点。这是因为索绪尔不仅是现代符号学的奠基者，同时又是现代语言学的创始人。他对语言的全部认识是建立在现代符号学的理论基础上的。他的“语言问题主要是符号学的问题”③的观点，对我们研究传播过程中如何运用语言符号来传递信息，是有着极其重要的指导作用的。索绪尔对语

言符号的理解，主要有下面两点：

(1)语言符号取决于能指和所指的结合。索绪尔认为"语言符号连接的不是事物和名称，而是概念和音响形象"④。用图表示：



语言符号是一种两面的心理实体。索绪尔把"概念"称做为"所指"，把"音响形象"称为"能指"。语言符号就是能指和所指的结合。从这一点出发，他指出了语言符号的两个特点：

a. 语言符号是任意的。语言表达与意义内容的结合并不依赖于因果关系，每种语言都是约定俗成的，因而我们不得不承认每次结合都是偶然的。同一样事物，每种语言都以不同的声音或文字来表示。赵元任先生曾讲过一个十分有趣的故事：

> 听说从前有个老太婆，初次跟外国人有点儿接触，她就稀奇得简直不相信。她说：他们说话真怪，嘎？明明儿是五个人，法国人不管五个叫"五个"，偏偏要管它叫"三个"(Cing)；日本人又管十叫"九"(ジュー)；明明儿脚上穿的鞋，日本人不管"鞋"叫"鞋"，偏偏要管它叫"裤子"(クツ)；这明明儿是水，英国人偏偏儿要叫它"窝头"(Water)，法国人偏偏儿要叫它"滴漏"(del'eau)，只有咱们中国人好好儿的管它叫"水"。

(《语言问题》商务印书馆　1980)

“语言符号是任意的”这一理论要求我们在讨论传播过程中和语言符号的运用理解时，要结合各自不同的民族特点来考察符号功能的体现。

b. 能指的线条性。能指属听觉性质，只在时间上展开，而且具有借用时间的特征；它体现了一个长度，这长度只能在一个向度上测定，它是一条直线。这一特点索绪尔是就口语情况而言的，其实书面语也是有线条性的特点，只是有时不如口语那么严格罢了。

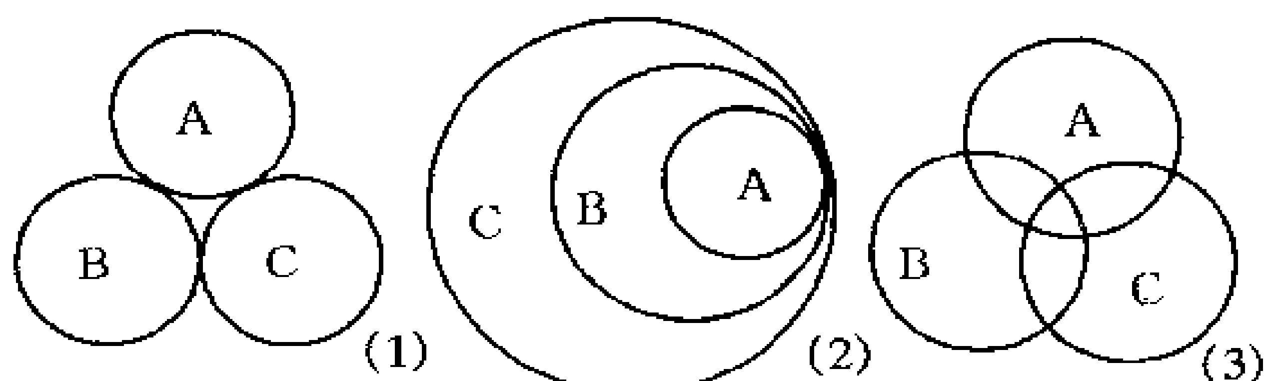
(2)符号学是研究社会生活中生命的科学。皮尔斯着重符号的逻辑功能，索绪尔着重符号的社会功能，把人类语言作为一种符号体系，正是从符号的社会功能角度而得出的结论。语言是人类社会的交际工具，语言只有在社会中才能存在，语言符号只能在社会中才能起到传播信息的作用，因此，符号功能的体现要有一定的社会背景和文化背景。

3. 符号的功能

符号的功能是靠传播信息得以实现的。数百万年以前，人类一直使用着与其他动物没有明显区别的叫声、表情、动作，缺乏自身特有的符号系统。口头语言的产生特别是记录口头语言的文字的产生，使人获得了与动物开始分道扬镳的语言符号。严格地说，语言符号的诞生才使信息传递有了质的突破。

语言符号具有排斥、包容或相交三种逻辑关系。如图：

这三种逻辑关系又分别体现了符号的三种功能，即辨别



功能、分类功能和语义功能。我们研究符号的功能，主要是研究它的语义功能。这是因为我们如果孤立地考察符号，而不把这个符号与客观事物、与其他符号联系起来，这种考察是不可能有什么结果的。辨别功能的相关特征之间不存在关系，那么孤立地考察符号，将是毫无意义的，如图(1)。分类功能虽然把符号归入一个关系系统，但这个关系是必要的，单义的、包含对方的，在传达信息方面仍然要受到极大的限制，如图(2)。只有语义功能体现了符号能指与所指的关系。它既可以是指正在形成过程中的关系，也指这种关系的结果，如图(3)。能指和所指之间关系的解释，不仅受限于语言活动的本身，而且受限于人类社会的各个方面。

分清符号的三种功能，在信息传递中是很有意义的。例如传者传递信息的编码过程，就是研究语言符号的能指和所指的关系问题。从理论上说，信息传递的有效性要求一个能指只能与所指对应，同时，一个所指也只能与一个能指对应，而且每个所指只能用一个能指来表达。但是，在语言符号的实际运用中，常常是一个能指可以指向好几个所指，每个所指又可由几个能指来解释。因此，如何完美地处理二者的关系，是表现出信息传递中审美意义的关键。

二、语言符号的特点和意义

1. 语言符号的特点

语言符号的特点，可以从语言符号本身的结构上进行探讨，也可以从语言符号在传播过程中的作用上进行探讨，前者反映了语言符号的结构本质，后者反映了语言符号的社会本质。语言符号结构上的特点，皮尔斯、索绪尔的符号观上都有所反映，下面主要从语言符号的社会本质上讨论其在传播过程中反映出来的特点。

(1)模糊性特点。自然语言的模糊性问题，多年来一直未被人们重视，直到皮尔斯 1902 年起，重又开始注重这个问题。他认为有时候说话人不能解释清楚某个命题时，“并不是由于解释者的无知而不能确定，而是因为说话者的语言的特点就是模糊的”⑤。英国著名的哲学家和数学家罗素也指出过“整个语言都或多或少是模糊的”，并认为逻辑中的排中律用于精确的符号时是正确的，但是当符号是模糊的时候，排中律就不合适了⑥。到了 1965 年美国加洲大学查德教授发表《模糊集合论》后，模糊性的概念得到了完善的数学表达。语言符号的模糊性排除了“非此即彼”的确定性，反映了“亦此亦彼”的规律性，它由于互补律的破缺而造成一种非确定性。例如对颜色词的使用，对年龄词的使用，一些万能动词如“弄、搞”等的使用，都呈现出一种非确定性来。语言符号的模糊性特点使

人类的信息传播得以实现，这就像法国学者杜梅所说的："如果人类语言的许多表达上不显现模糊性，我们就不能像现在我们这样运用我们的语言。"[⑦]传播过程中有意识的模糊化，常常会收到良好的效果的。

(2)冗余性特点。所谓冗余度，是指超出最少需要量的信息量的大小。有关这个问题，在谈语言运用时还会详细分析。语言符号的冗余性特点保证了语言在传播通道发生故障时(例如书面文章中的遗漏，谈话时的嘈杂，声音的干扰，发音时吐词不清晰等)，仍能保证信息的传递。比方在文字中，并非构成文字的一切笔画对于辨别这个文字都是必须的，其中有一些笔画就应看成是冗余的。曾经有心理学家专就这个问题做过试验，将报纸上的一些句子人为地减掉10%到60%的笔画，要求学生把省略的笔画填充出来。如下面句子：

他们的讲话一再受到全场的热烈鼓学

我们种棉花试验有好几年了。

试验结果，有一半以上的人在规定时间内将原状恢复出来。可见，没有冗余度的语言符号缺乏抗干扰性，也可以这么说，没有冗余度的语言在实际上是无法理解的。

(3)离散性特点。连续不断的语流是由许多离散单位所组成的。语言符号的离散性特点在水平方向上表现为语言的组合功能，在垂直方向上表现为语言的聚合功能。这种离散性在传播过程中就用语流的停顿与延长来表示。同形异义结构在口语中，就是用这种停延的方式来消除歧义的。例如"令人羡慕的黄雀和杜鹃那几只鸟"，就可以有不同的停顿，以表

示不同的意义：

(1)令人羡慕的/黄雀和杜鹃那几只鸟

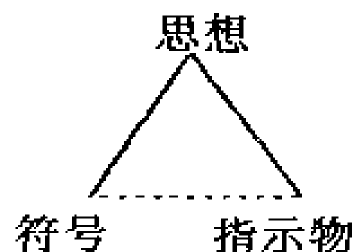
(2)令人羡慕的黄雀/和杜鹃那几只鸟

(3)令人羡慕的黄雀和杜鹃/那几只鸟

但是，由于汉语书面语的书写规则不实行连写法，利用文字这种媒介进行传播时，汉语词与词之间的离散性特点难以体现出来。对于作为受者一方的机器来说，则首要解决自动切词的问题；对于作为受者一方的人来说，书面语中的词与词的不明显的离散性特点，可以通过背景知识加以突出。语言符号的离散性特点，在传播过程中对于受者一方的解码过程具有重大的意义：如果把传者发出的信息符号看成是集合中的一些离散单位，用集合论的方法进行分割与归类，就可以把复杂的形式一步一步化为不能再归约的简单结构。

2. 语言符号意义的二度性

信息传播的目的在于传受双方意义的沟通，信息传播过程得以形成，是以对语言符号意义的理解作为基础的。传统的语义三角图，虽然反映了人、语言符号和所指对象之间的关系，例如符号与对象之间并无直接的因果关系，是一种随意的，约定俗成的关系，所以用虚线表示，最突出的可以举姓名与姓名所指说的人是毫无联系的例子。而作为人的思想，即人的主观理解则与符号与指示物都有直接的联系，所以用实线表示。这就表明，意义不是语言



符号所固有的，而是使用这些符号的人赋予它们的。只有当人们把语言符号与特定的所指对象联系起来的时候，语言符号才获得意义。然而，这个语义三角图却没有体现出语言符号意义的二度性特点来。

所谓的语言符号意义的二度性，是认为虽然意义的获得有赖于符号与指示物之间的联系，但是在信息传播过程中，语言符号所表示的真正的"意义"，则要通过二次联系才能获得，是对第一次联系后获得意义的再一次延伸，是二度符号化的结果。

3. 外延意义和内涵意义

语言符号与所指对象的最直接的、最客观的联系是首次联系(Primary associations)，所获得的意义就是外延意义，这种意义也称为"指示义"、"本义"和"字面义"等等。例如，"鲁迅"这个名字是指中国现代文学史上的一个著名作家；"乡情"是指对故乡的情感，这是辞典里通常用的释义方法。可见，这种意义表现出了语言符号与所指对象之间具有最直接的对应性、确定性和稳固性的特点。

内涵意义是在"首次联系"的基础上，以原有的外延意义为基础而衍生出来的意义，所以也称为"引申义"、"联想义"等。内涵意义出自"二次联系"(Secondary asociations)。例如在"读点鲁迅"中，"鲁迅"这个符号的含义已发生变化，它不仅仅是指一个历史上的作家，而且具有这个作家的"著作"、"作品"乃至"思想"等新的含义。对"乡情"的理解同样如此，不同

生活经历的人对“乡情”可以有各自不同的延伸意义：对于A来说，“乡情”可代表着亲切、温暖；对B来说，却可能暗示着冷漠、疏远；对C来说，又可以包含着难分难离、依依不舍的感情。语言符号内涵意义的获得，往往与人的文化背景、亲身经历、感情色彩等有密切关系。因此，这种意义表现出了符号与所指对象之间具有更大的伸缩性、灵活性、主观性和文化性的特点。

如果说，外延意义主要是指符号与所指对象的“客观”的联系的话，那么，内涵意义则主要发生于符号与使用者在主观上，在文化的大范畴内相联系的层次上。从这个意义讲，与内涵意义相关的符号在本质上是与原符号“同形”的新的符号。正因为符号意义的二度性的特点，使同一符号的使用者在编码和解码过程中会发生一定的偏差，传者对语言符号的解释不一定与受者的解释完全相同。因此，在信息传递过程中，要区分信息的两种意指平面：一种是逻辑意义的，一种是审美意义的。逻辑意义着重谈符号使用得是否正确，审美意义着重谈符号是否具有美学功能。信息传递过程中语言符号的使用，当然着重在符号的审美意义上，但审美意义是建立在逻辑意义之上的。

三、语言符号的类别

1. 传播过程中的语言符号

什么是语言符号,有两种看法。

一种是严格意义上的语言符号,也就是所谓的"语言符号",是一种口语中传达信息的使用符号,因此,按这种观点,记录口语的文字和由文字组成的书面语,以及伴随言语活动的动作、手势、面部表情和电报、电码、旗语、图表等,都只能归到非语言符号中去。

另一种是宽泛意义上的语言符号,它不仅仅指口语中的"言语符号",也包括书面语,态势语以及辅助语言表达的符号。因为从本质上看,文字是以语言为前提的,从这个意义上说,文字是符号(即口语)的符号。其他如上面所说的辅助语言的表达方式,原则上也是以口语为前提的。因此,宽泛意义上的对语言符号的理解,应该是排除了如单纯的面部表情、服装、发饰、会徽、图腾纹身标记等非语言符号外的,所有的在传播过程中使用的或伴随使用的符号。我们所说的语言符号,就是宽泛意义上的语言符号。

语言符号包括下面三个组成部分。

(1)形态符号(formal code)。形态符号最多地使用在那种发出声音的场合,因此,口语是形态符号。当然,代替口语的书面语,以及其他以口语为前提的电码、电报等,也都属于

形态符号。形态符号是人类传播行为中运用比较多的符号，主要的信息也是靠形态符号传递。形态符号能分析出各种不同的语言单位，如音素、语素、词、句子、语段等等。值得注意的是，聋哑人的手势语也属于形态符号。手势语与下面所谈的身态符号不同，身态符号不能分析出语言单位如音素、语素、词、句子、语段等，而手势语则通过手和脸的表述，来达到分析出不同的语言单位的目的。

(2)辅助符号(auxiliary code)。辅助符号是指在传播过程中帮助形态符号传递信息而本身又具有特定信息的一种符号。辅助符号的种类很多，如音距、音强、语速、语气、语顿等都是。下面以音距为例，看一下这种语音符号的功能。

音距即对话者之间的距离。虽然对于由形态符号传递的信息并无干扰作用，但是，毫无疑问，距离是对话者之间关系的符号：这种关系可以是远的，也可以是近的。例如，在很近的距离内低声耳语，除了在说一些“秘密话”或“爱情话”的场合下，一般人是不会在传播过程中使用的；而高声向离自己两米以外距离的人群说话，也一定是在公共场合下。由此可见，音距是能够起到增添形态符号所传达的信息的作用的。当然，辅助符号总是伴随着形态符号的，形态符号不存在，上面所介绍的音距这种辅助符号，也就失去了传达信息的功能了。

(3)身势符号(kinesic code)。身势符号是指对话过程中运用人体的某种姿势来表示一定信息的交际符号。身势符号分表象符号和图解符号两种。

表象符号是指同一文化圈，说同一民族语言的人们经常

使用的、交际双方都通晓的动作和身势。例如汉族人伸出大拇指，是表示“好”的意思，而在日本，伸出大拇指则表示“男人”的意思。

图解符号是指说话人对说的话进行“追加说明”时，伴随着形态符号一起出现的动作和姿态。比方说，“两手摊开，表示东西很大”的动作，如果是单独使用的话，就不能明白地表示这种意思。由于图解符号必须与形态符号一起出现，所以它的使用不必受到同一文化圈的约束，说不同民族语言的人对图解符号的理解可以是一致的。

2. 传播过程中的专业符号语言

上面我们所说的语言符号，都是指自然语言。自然语言作为一种传播媒介具有许多优点，但它也存在着一定的，而且是不可克服的局限性，如：

(1)语言符号本身具有多义性的特点，使同一符号具有多种不同的含义；

(2)语法结构比较松散，形式复杂多样，逻辑关系不够明确。例如：“工人和农民”、“工人和农民们”、“工人们和农民们”三种说法，加上“们”表示复数，不加“们”同样可以表示复数；“工人农民”是联合结构，“工人和农民”也同样是联合结构；

(3)缺乏模式化，难以用简明的方式表示科学中某些精密复杂的内容。

为了克服自然语言的这些局限性，为了满足在某些传播

场合中，例如特定的科学研究领域里的需要，人类建立和发展了专业符号语言。如：

化学公式：$Zn + H_2SO_4 \longrightarrow ZnSo_4 + H_2\uparrow$

物理上的牛顿定律公式：$F = ma$

数学上的二次多项式：$Y = ax^2 + bx + c(a \neq 0)$

专业符号语言的特点是：(1)语言符号的形式与意义之间只存在惟一的确定的对应关系，不可能或者极少可能产生二次联系；(2)用简明的形式表达复杂的内容。如数学中的加法结合率用专业符号表示：$(a+b)+c=a+(b+c)$，而如果用自然语言表达的话，则是“三个数相加，可以把前面两个数结合起来先加，也可以把后面两个数结合起来先加，它们的和不变”。专业符号语言是一种人工语言。

3. 非语言符号

传播过程中的非语言符号与上面介绍的辅助符号和身势符号不同，后者必须与形态符号相伴使用，而前者单独就能表示一种信息。例如辅助符号中的“音距”就和非语言符号中所说的“距离”不同。“音距”存在于对话人之间，而“距离”则不必表现在对话人之间，非对话人之间的距离的远近本身也是一种信息。由于非语言符号也能负载一种信息，因此在信息传播过程中所起的作用是非常大的，有的传播学家甚至认为，非语言符号传播的信息量要超过语言符号。有学者曾作过研究并得出如下结论：在面对面的传播过程中，语言符号所带来的信息不超过35%，也就是说，有65%的信息是靠非语言符

号所传递的。

非语言符号可以包括多方面的内容，例如面部表情。即使在非对话的情况下，一个人的恐惧、快乐、惊讶、气愤、悲痛等表情，大部分可以从面部看出来，所以面部表情是一种情绪性动作，真实地传递人们的感情信息。衣着，也是一种无声的语言，表达一种特殊的信息，从一个人的穿戴中，别人可能会得出对这个人社会地位、年龄、经济水平看法的信息。在当前的文化背景下，衣着与主要同以保温和遮体的功能不再相关。但是正如面部表情可能掩盖人的心理活动一样，衣着也同样有伪装和保护功能，衣着也可以掩盖人的个性特征和审美情趣。再比如距离，人和人之间的距离表明了人和人的某种关系。一般来说，关系密切，距离就近，关系松弛，距离就远。其他的非语言符号还包括声音(例如打哈欠、笑声、抽泣声、汽车喇叭声、音乐等)、图像(例如“十字”表示基督教，“新月”表示伊斯兰教等)，以及商标、徽章等等。

非语言符号与语言符号相比，具有普遍性，形象性，多维性等特点，所谓普遍性，是指非语言符号在传播行为中的运用是非常普遍的，就像前面所说的，有65%的信息是非语言符号带来的。所谓形象性，是指非语言符号富于表现力和感染力，它的运用能帮助人们将抽象的概念形象化、具体化。所谓多维性，是指非语言符号不像语言符号那样具有一维的线性特征，而是通过各种途径，将事物的特征一下子揭示出来。因此，非语言符号在传播过程中有时可以代替语言符号，例如干扰很大时(地域广、时间少)，可以用铃声代替上下课的指示。

有时，非语言符号还可以补充和强化语言符号所负载的信息，例如以表情来传达某种感情。但要注意的是，非语言符号意义的获得，仍然需要借助语言符号的解释。

四、有关语言符号研究的两个问题

语言研究从广义上来说都是对语言符号进行研究。我们下面所说的，是结合现代汉语的情况，在语法研究中，涉及的有关语言符号本质、功能等问题的理解研究。80 年代到 90 年代，主要在下面两个问题上有过热烈的讨论，并取得一定的进展。

1. 形式意义的对应关系

语法研究中，把结构分析和语义分析结合起来，努力寻找形式和意义的对应关系，这是语法工作者一直在做的工作。例如朱德熙先生多年来发表的一系列论著，主要都贯彻了这样的精神。比如他认为“金、银”和“铜、铁、锡”的分布是不同的，前者属于区别词，后者属于名词，意义上也是明显的对立的。前者是分类标准，后者是金属名称。虽然探讨形式和意义的对应关系在汉语中难度很大，因为汉语是非形态语言，这种对应有时只能借助同其他语言单位的组合和变换等方式才能揭示出来，但这项工作仍然吸引了大量的从事语法研究的学者，原因就在于语法研究的终极目的是弄清形式和意义之间的对应关系。

然而，语法工作者对形式意义对应关系的认识并没有仅仅落实在具体的运用中。80年代初，又有学者提出了区别语言符号的形式、意义、内容三者关系的问题，在理论上对形式意义对应关系进行探讨，使人们对这个问题的认识又有了新的提高。张斌先生在《形式、意义、内容》一文中认为："任何一个简单的符号都有它的形式、意义和内容"，而"分清意义和内容是十分必要的……一个词用在不同的语言环境里有不同的内容，但并不等于改变了意义"。后来，张斌先生又写了《关于句子的意义和内容》一文，更进一步明确地提出"抽象的句子是备用的工具……可以用在不同的场合，所指的客观对象可以各不相同。具体的句子则有所指称，这种指称意义有人称之为'内容'"。张斌先生在他的文章中，还回答了一些学者提出的词"专化作用"的问题(即指词受到上下文的限制，缩小了外延)，这些学者认为词的专化作用可以代替意义与内容的区别。张先生在讨论了专化现象的范围之后，进一步指出："专化，似乎是从语言单位方面谈的，指称，则是从语言活动的角度谈的。"⑧张斌先生提出的意义与内容的区分，使对语言符号本质的研究有了重大的突破：

(1)指出了语言分析和语言理解是不同的两回事。语法分析是为了弄清句子的结构，从而了解句子的意义；语言理解则要求了解句子的内容。理解意义是理解内容的重要条件，但不是惟一条件。因此，不能认为已对句子作了全面的语法分析，就认为已经掌握了句子的内容了。用形式、意义、内容之间的关系作出了静态的语言分析和动态的语言分析的区

别。

(2)提出了抽象句子和具体句子的区别。抽象句子是形式与意义的统一,而具体的句子则存在着形式、意义、内容的三位一体(trinity)的关系,以这两种不同的句子作比较,廓清了三者之间的关系,并指出具体句子的形式其实是抽象句子(形式所表达)的意义。实际上这是从汉语语法问题入手,讨论了传播过程中符号意义"首次联系"和"二次联系"的关系。

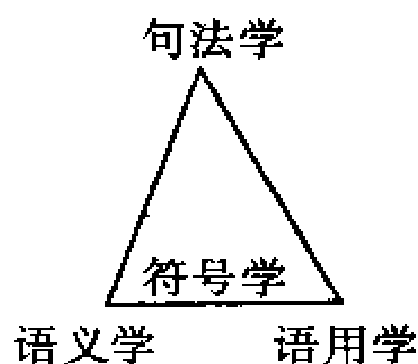
(3)注意到了理解句子意义时的非语言因素的影响。"狭义的句义指的是句子本身所表达的意义,广义的句义还包括句子以外的因素所赋予句子的意义",要理解句子的内容,需要有语言以外的知识。可见,语言的研究如果从信息传递的角度入手,各种句内句外的解释因素才能形成一个整体,共同显示出句子的含义来,这可以看作是一种在传播过程中处理信息的一种能力[9]。

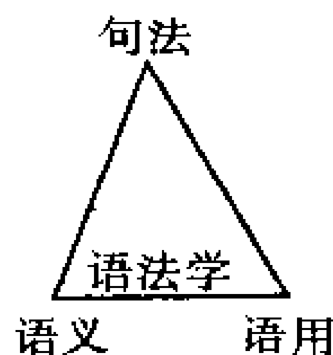
2. 语法分析的三个平面的理论

莫里斯的符号学理论中的三个平面的学说给了中国语法学界以深刻的影响。胡裕树、张斌先生 1984 年写的《汉语语序研究中的几个问题》一文中,更一步明确地提出了语法分析要在句法、语义、语用三个平面进行。两位先生的可贵之处,是在继承的基础上有所升华,有所创新。三个平面的理论有利于推动形式与意义结合的研究:因为传统语法不区分三个平面,形式意义间的界限模糊,例如施事、主语混为一谈;结构主义语法只重视形式。因此,胡、张二位先生提出的三个平面

的学说，在理论上澄清了传统语法的迷乱，打破了结构主义的局限，已成为90年代语法研究的主要趋势。

在语法研究中，三个平面应以句法为基础，这是由语法学的性质决定的，因为语法学是研究结构规律的科学。句法和语义是静态分析，语用是动态分析，用这样的三个平面来分析语法问题，既做到了形式和意义相结合，又符合静态分析和动态分析相结合的原则。近年来，张斌先生写了《与语言符号有关的问题——兼论语法分析中的三个平面》，胡裕树、范晓先生写的《有关语法研究三个平面的几个问题》等文章[10]，更进一步对三个平面的理论依据、相互关系，分析程序等问题作了进一步的说明。





我们认为，现代汉语语法研究中的讨论的三个平面，既是方法问题，又是理论问题。我们可以把三个平面作为语法研究的方法，从不同的角度，不同的视点，多层面地研究语法；我们也可以将三个平面作为语法的本体，反映了对语法本体论的一种认识。过去的语法研究，句法研究较多，对语义研究不够，对语用更缺乏系统的研究。我们在传播过程中谈语言符号的三个平面，当然与语法研究中三个平面的涵义不尽相同，但是，对于语用的作用是有相同的认识的。传播过程中的语

用研究，涉及的范围将更广，将成为影响传播效果的主要原因，而传统的语法研究引入了语用平面的因素后，也将会取得更大的成效，从而对语言符号的本质、规律有更为清楚的揭示。

注：

①齐瑞：《关于人类交流》，《交流研究文选》第3—9页，1985年英文版。

②俞建章、叶舒宪：《符号：语言与艺术》中，有十多种有关符号的定义。

③索绪尔：《普通语言学教程》，商务印书馆，1982年，第39页，第101页。

④同③。

⑤转引自伍铁平《再论语言的模糊性》，《语文建设》1989年第6期第26页。

⑥转引自冯志伟《数学与语言》，湖南教育出版社，1991年第235页。

⑦同⑤。

⑧张斌、胡裕树：《汉语语法研究》，商务印书馆，1989年，第103—107、108—112、80—91页。

⑨同⑧。

⑩文炼：《中国语文》1991年第1期。范晓、胡裕树：《中国语文》1992年第4期。

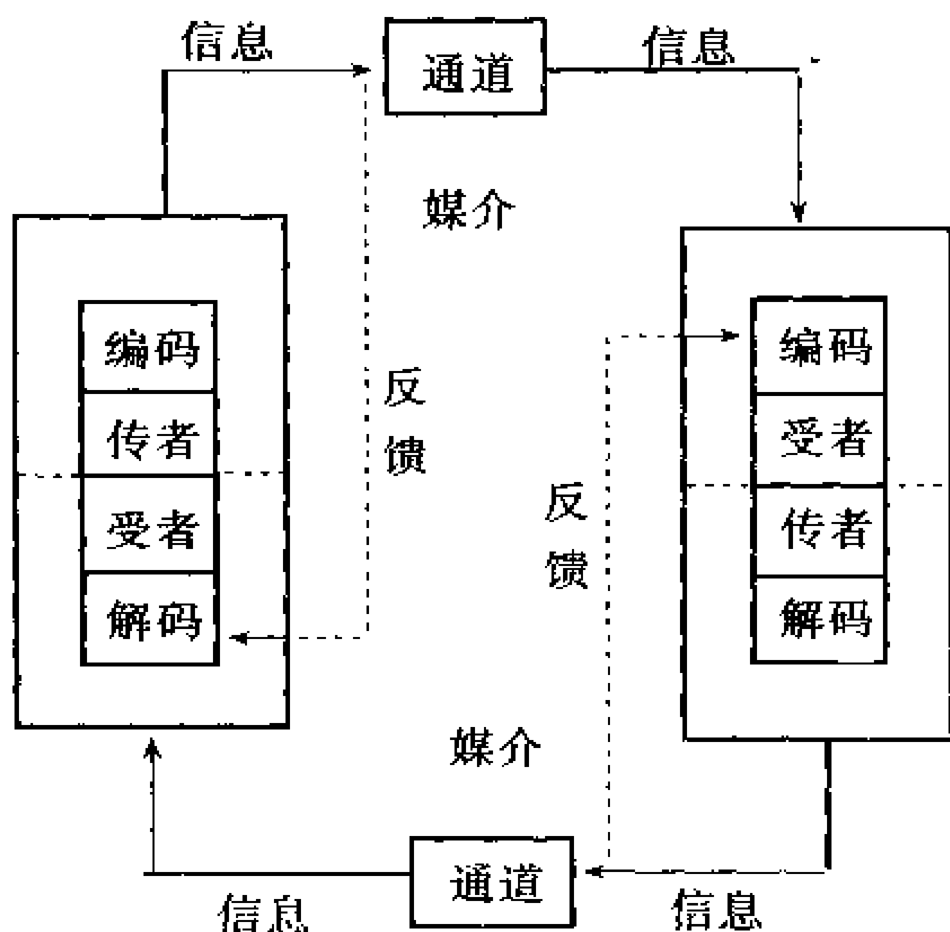
第三章 语 言 信 息

在传播过程中，语言符号承载着的是语言信息，语言信息是信息中的一种，而信息则是传播过程中的主要因素之一。在传播学领域中研究信息，首先涉及的是信息的本质问题；在传播语言学领域中研究信息，也有必要先从信息本质等问题谈起。

一、有关信息的基本概念

1. 信息传播系统的模式

把信息传播作为一个系统考察，它必须具备构成系统的基本要素。一个系统的信息传播的构成，必须有信息的输入(X)和输出(Y)以及处于共同的变换(R)，用简单的公式表示，信息传播可描述为“X→R→Y”。其中变换是对信息的处理过程。倘用复杂的流程图表示，则应成如下模式[①]：



构成上述信息传播流程图中的七个因素是：

(1)传者。把信息、知识传播出去的个体或集合体；

(2)编码。把传播内容变成有意义的符号；

(3)信息。用来传递的符号系列；

(4)通道。用来传递信息的载体；

(5)受者。接受信息的个体或集合体；

(6)解码。把接受来的符号恢复原意；

(7)反馈。受者用态度和行为把信息再转回给传者。

上述系统的成立必须具备下面两个条件：

(1)切断原理。信息传播的每一个部分都可以相对独立，都可以自行地运转，可以不因为其他部分的中断而使"图像"

消失。只有这样，信息传播系统才可能由各个因素有机地结合在一起，而不是混沌一团的。

(2)回路原理。信息传播必须通过反馈，从而形成一种信息的回路，从而保证这个传播系统的整体性和自我反复性。正因为如此，信息传播过程必须是双向的，而不是单向的。

在这个流程图中我们可以发现，最重要的是编码和解码，这是沟通双方内心世界的关键步骤，但编码和解码的对象即物质基础，则仍然是信息。

2. **信息的本质**

信息的本质是一个长期争论而又未能解决的问题，从传播语言学的角度讨论信息的本质含义，可以从下面三个方面加以论证：

(1)信息虽然与物质的属性有关，但不是其属性本身。物质具有质量，占有一定的空间，而信息则不具有质量，也不占有空间。我们平时看到的具有质量，占有空间的东西，并不是信息本身，而是信息的载体，例如报纸、杂志等都是信息的载体而不是信息本身。但是信息来源于物质，正是因为物质的运动，才有了所谓的信息。同时，信息的传递与贮存也需要以物质作为载体，信息可以脱离生产它的物质，但它的传递必须以另一物质代替。例如，春节联欢晚会的信息，可以脱离开演播大厅和演员本身，用摄取活动的图像，用广播的声音，用报纸上的文字去传递或贮存这个联欢晚会的信息。但摄取与传递图像，要经过摄像机、电信号，电信线，电视机，光信号等占

有空间的物质，也就是说，有关晚会的信息的传送，经过了一个又一个的物质，以这些物质作为载体。另外，信息的加工处理需要用人的大脑，人的大脑本身也是一种物质。可见，信息不同于物质，但又依赖于物质，与物质有密切的关系。

(2)信息与能量有紧密联系，但信息不是能量。能量具有守恒定理，可以互相转化，而信息不存在互相转化的问题，信息只有传递的功能，它不遵循所谓的守恒定理。不过，信息的传递需要能量，例如说话就要消耗能量，而能量的控制又需要信息。例如我们可以通过遥控装置，对远离身边的电视机发出指令性信息，让它转换频道或开机关机。可见，没有信息，能量会得不到有效的控制。另外，物质与能量之间可以相互转化，也要依靠信息的媒介作用才能得以实现。例如发电机的工作过程，就是物质与能量的转化过程，而发电机的“开”和“关”则通过人发出信息后才能实现。

(3)信息不是意识，但又要受到意识的影响。意识是人类大脑的产物，而信息却是客观世界普遍存在着的东西。世界上万事万物，有社会信息，也有自然信息；有人工信息，也有生物信息。不管什么信息，都客观存在于世界之中，任何一个人都不可能把信息变成纯粹精神的产物。不过，信息会受到意识的影响。例如受者在对信息进行解码过程中，会加进去许多主观意识中的东西，如经验，知识等等。这样，传者的信息和受者的信息很难做到“适切”，一场体育比赛的胜负，对于一个体育爱好者和一个不喜欢体育的人来说，得到的信息是不一样的，同样，一部文艺作品，每个人的感受都是不同的。

3. 信息的特点

信息的特点由信息的本质所决定。传播语言学中研究的信息，具有以下三个特点：

(1)信息可以传输和贮存。在信息传播流程图中我们可以看出，通过反馈系统，使信息传播成为一个流通的系统，可见信息是可以传输的。信息的传输可以通过各种不同媒介，可以通过口头媒介，也可以通过文字媒介，还可以通过机器媒介等方式，把信息从一方传到另一方。同样，信息还可以进行贮存。随着科学技术的发展，人们不仅可以贮存文字信息，将这种信息记录下来，还可以把声音信息、图像信息用录音设备、电影、电视等手段贮存起来。

(2)信息可以提取和加工。经过贮存的信息，我们可以通过各种手段将它们提取出来，重新享用。例如，我们可以通过视觉器官去提取书本，报纸中的文字信息，可以用听觉器官去提取收音机、录音机里的声音信息，还可以调集各种感觉器官去提取电影、电视里的信息。即使是未被人类贮存的信息，亦即存在于大千世界里的自然信息，人类也可以通过各种方式去提取、挖掘。同时，信息还可以进行加工转换。人类每天都要接触大量信息，其中有一些信息，经过人的大脑的筛选，会变得更加有用。筛选，就是一种加工过程。而同一种内容的信息，可以有不同的形态，例如剧本、小说和电影、电视剧，可以传达相同的信息，可见信息还可以转换。

(3)信息可以利用和共享。信息是一种资源，而且是一种

重要的资源。信息可以转换成时间效率，转换成物质财富。所以，出于对这种资源的利用就形成一门新兴科学：信息产业。信息产业从事对信息的收集、利用、处理、加工，以至于出售，使信息成为社会的一种产品与商品。另外，信息还可以供人们共同享用。信息是一种特殊的商品，一般商品出售后，出售者会失去实物；而信息出售后，出售者仍拥有信息，从而形成出售者与购买者共享信息的局面。

上述信息的三个特点，在信息的传递过程中会有所体现，它可能体现在传播过程中的某一个环节中，也可能体现在传播的整个过程中。

二、语言信息的结构特征

1. 语言信息传播圈

一般来说，任何语言符号的音和义之间并没有必然的联系，同样，在任何语言里，某种特定的句法手段或句法结构跟编入该手段的信息之间，或者跟对该手段的运用所作的解释之间，也没有必然的联系；因此，从这个意义上来讲，语言可以说是十分任意的，几乎无法从结构上给它下定义。基于对语言的这种认识，国外许多语言学家在研究语言时，把注意力从结构的分析上转移到了对语言的用途的分析上。70 年代末起，心理语言学、话语语言学的兴起发展，表明了对语言的定义的看法有了根本的变化。例如美国的语言学家 William 在

他的《实验心理学》一书中，阐述了他对语言的某种看法[2]。

他认为，由于目前流行的语言理论多数都设法通过结构即系统的结构描写(也就是语法)来给语言下定义，要么描写表层形式，要么描写底层形式，这类意义的任意性也就一目了然了。事实上，语言的一成不变的性质跟任何特定的结构完全无关，而跟语言的用途(即信息交流)有关。这样，给语言下定义所依据的应是语言负载信息的能力，而不是任意性的词汇或句法形式。为了充分认识语言在传递信息的过程中所起的决定性的作用，William 认为作出下列三方面的区分是十分重要的：(1)所要传递的信息的性质；(2)在某种语言中为了传递该信息运用的手段；(3)对于在某个具体语境里所用的这种手段作出的解释。为此，他作出了如下一张可以用来评定语言作用的图表。

这张图表是从心理语言学的角度出发制定成的，但由于传播语言学与心理语言学有密切的联系，所以我们依然可以以这张图表中所列出的各类变因作为依据，来研究传播过程中语言信息的作用。

2. 对语言信息传播图的解释

对这张语言信息传播图表的理解，可以从以下三个方面入手，主要是要对三对概念作出必要的区别。

信息交流情境

说话人当时的心理状态

一般知识和特定环境的知识

动因和意愿

可用的语言技巧和手段

意欲表达的信息(m)

信息结构{Ic(Is(Ir(Id)))}

说话的语言结构(x)

肌动计划和发出

话语+实际环境(Y)

基本感觉和知觉

感知到的语言结构(x′)

推断出的信息结构{Ic′(Is′(Ir′(Id′)))}

理解到的信息(m′)

对理解到的信息所作的评定(m″)

听话人当时的心理状态

一般知识和特定环境的知识

动因和注意

可用的语言技巧和手段

(1)情境与语境。信息交流情境与语言环境是有严格区

别的。信息交流情境是指进行传播活动的周围的环境，以及传受双方各自的背景情况。因此，传受双方对周围环境的敏感、适应程度和对对方情况的熟悉、了解程度，足以影响传者对语言信息的表达形式的选择，也足以影响受者对这些表达形式的理解，亦即足以影响信息传播的效果。例如出于对对方的知识背景、年龄背景、家庭背景等情况的了解，会影响传递信息的多少，以及传递行为的规模的大小；又如昏暗的灯光环境，能使交谈双方的声音自然降低，能使交谈双方畅所欲言，从而缩短传受双方的距离等等。语境是指在所使用的语言符号之前已经出现过的所有的话语，以及说话人对听话人的思想状况作出的预设。前者构成外显性语境，后者构成内涵性语境。外显性语境决定说话人在何时何处删减或添加某种语言符号，以保证他想表达的信息的传递。例如何时用代词指称上面的名词，何时承上或蒙后省略；内涵性语境是说话人对信息交流情境所作的估价，它虽然不直接影响说话人对语言形式的删减添加，但也决定了对语言形式的选择。例如十分熟识的朋友、同学之间，往往会选用一些简略的、意会的表达方式，而不必用规范的、完整的句式去传递信息。总之，信息交流情境影响整个传播行为的质量，而语境则主要影响语言形式的选择，情境包括语境，语境是情境的一部分。

(2)m 和 m′、m″。m 是传者想要表达的信息（Inteded message，简称 m），m′和 m″则分别指受者所理解到的信息及受者对理解到的信息所作的评定。在信息传播过程中，最佳的传播效果体现在 m 和 m′、m″的最佳匹配中，也就是说，如

果能做到 $m=m'=m''$，那么这时像我们可以认为已经达到了最佳效果。然而事实上要做到这一点是非常难的，原因在于：(a)m 的性质越复杂，越抽象，就越难找到一个能够适当表达它的语言形式(X)，因此，m 和 X 之间的不匹配就成为极有可能发生的事。(b)受者感知到的语言形式(x′)与 X 之间也可能存在一定的偏差，反映到由 x′推断出来的 m′的信息，与 m 之间的差距就会拉大。(c)受者受到各种背景知识即信息交流情境的影响，对 m′的理解又会加上一些主观的因素。这样，在 m 的基础上产生的 m″，就不可能与最初的 m 相同。例如某人从上海给住在苏州的朋友打电话，传达他想去苏州旅游的信息，但是，他又很怕为苏州的朋友带来不便。在这样的心理状态下，他从可以表达自己意思的语言形式中：

我想去苏州玩玩。

我想去你那儿住两天。

我不想去远的地方旅游。

这几天正好有空到外地旅游。

选择了第四种表达形式。可受者能否从这个(X)中接受到传者所要说的 m 呢？受者极有可能会把“外地”理解为远离上海的“青岛、西安、北京”等地，由(x′)得到的 m′将变成“他这几天正好有空想到(青岛、西安、北京)等地旅游”，从而加上自己的理解，认为苏州离上海近，又没有什么好玩的地方，得出“不会来苏州”的 m″的信息，因此给上海朋友的回话可能是“是啊，苏州没什么好玩，以后反正有的是机会”。

(3)合乎语法性和可接受性。所有表达 m 的 X 是否都合

乎语法呢？这种提法其实是一种机械性的判断。因为从逻辑上讲没有哪一部具体的语法归根结底能看成是某种语言的惟一正确的语法。因此，客观的提法应该是：表达 m 的 X 这种形式是否被包括在所对照的那部语法中。如果能够做到这一点，就可以看作为“合乎语法性”。但是，“合乎语法性”不应同“可接受性”混为一谈。“可接受性”是指表达 m 的 X 的接受程度，它不但包括了受者对“合乎语法性”的理解，也包括了受者对传者所想传达的 m 的理解程度的判断及表达 m 的 X 在具体的语境及情境中是否合适所作的判断。因此，传播效果的评判将更多地依赖“可接受性”，而不是“合乎语法性”。

3. 语言信息的内部结构

从语言信息传播图中表明，m 的结构可以有效地分成四种不同的信息。在任何语言系统中，这四种信息都能以独立而不是相混的方式进行编码。这四种信息是：

Id＝指称信息(denotational information)

Ir＝关系信息(relational information)

Is＝句子信息(sentential information)

Ic＝语境信息(contextual information)

语言信息传播图还表明，这四种信息是存在于一个大系统之内的，外层信息必须在内层信息传递之后才能表现出来。

指称信息 Id 表示 m 中所要谈论或指示的事物，通常由语言中的词汇传达的。除了词汇所直接指示的对象外，指称信息还应把这些词项的修饰语、语法范畴所表达的信息包含

在内。指称信息的功能在任何语言系统中都能找到，但功能相同并非结构相同，有时候一种语言里用词汇手段表达的信息，在另一种语言里可能得用句法手段来表示。

m的各个单位之间存在的关系组成关系信息。关系信息是用语序来表达的，就汉语的情况来说，名词位于动词之前和动词位于名词之前，由于语序的不同会影响信息的传达。通常，前者的名词往往是表示施事的，后面的动词是名词所支配的对象；后者的名词则往往表示受事，是受前面的动词所支配的。当然，语序要受语义规则的限制。另外，语序并不是一成不变的，为取得特有的效果，有时可以变更正常的语序，但隐藏在语序之下的语义规则仍然是一样的，所以m中的关系信息也仍然是一样的。

句子信息是句子以至话语所表现出来的信息，通常通过句式的选择、句类的选择来加以表达。例如选择肯定句式或否定句式，所传达的句子信息并不完全相同。“他一定要去”和“他不得不去”，指称信息基本相同，但句子信息是不一样的，前者带有主观情愿的意思，后者却有不情愿的意思。同样，将陈述句变为反问句，尽管指称信息也大致相同，但句子信息的差异大多数人还是能分辨出来。如“他是大伙儿喜欢的人”和“他难道不是大伙儿喜欢的人吗?”后者的语气显然更重一些。

语境信息主要指传播过程中由语言环境带来的附加信息。这种信息与前三种信息不同，不是语言形式本身带来的，但它又是信息传播中必须的，因为有时候语言信息本身不能

够独立地、前后连贯地完成一次信息传播活动，例如最明显的就是歧义现象。有些表达 m 的 X 是有歧义的，而在我们的实际的信息传播过程中，这种歧义往往不会成为一种干扰，原因就在于有语境信息的存在。

上述分析表明了说话人想表达的信息 m 的内部是由四个部分组成的。要把四个部分融合在一起传达给对方，传者需要具备充足的语言技巧和语言知识，才能保证有与 m 匹配的 X，也才可能用 X 在受者那儿引出一个同 m 尽可能相似的 m′，为了做到这一点，传者的语言运用会受到极大的限制。

三、语言信息的分类

1. 语言的社会功能

语言的社会功能一般来说归结为两点，一是认为语言是人类社会的最重要的交际工具，一是认为语言是人类思维的工具。语言作为交际工具，在信息传递过程中所起的作用是明显的，“各种伴随动作也是交际的工具，它们一般都是在语言的基础上产生的。即使像‘察言观色’这一类特定的交际方式，也必须有语言的交际为基础，预先有了一定的了解，对方才能领会”，即便是记录语言符号的文字，也只能是“建立在语言基础之上的一种最重要的辅助交际工具”③。至于语言是人类思维的工具这一点，因为思维是一个心理过程，而人类对于本身心理过程的了解仍然是不够的，所以对于语言是人类

思维的工具这一点也有人提出不同的观点，认为“不借助语言，思维也是可以进行的”④。其实，通过神经生理学的实验结果可以证明，通过儿童学习语言的过程也可以得到证明，就是在我们的日常生活中，语言是思维工具这一点也是可以观察到的。例如当一个人思考比较复杂的问题时，往往会感到有一个默默自语的过程，参加会议准备发言时，也会有在心中用语言组织话语这样一个过程，用词语、句子将思维的内容串联起来。学习外语，最好养成用外语思维的习惯，否则，用本国语言把意思想好，再译成外语，这样的外语总是带着本国语的特点，不会十分流畅的。总之，一个人思维的时候，总得运用一种语言才行。语言的两种社会功能在信息传递中都会发挥出作用的。

2. 内储信息和外流信息

对语言信息作出内储信息和外流信息的区分，是从语言的社会功能角度谈的。所谓的内储信息，是指存在于人思维中的一种信息，是人在其内向交流过程中（Imtrapersonal Communication）所传递的信息。一天二十四小时，除了睡眠之外，人不可能一直参加双向的，人与人之间的传播活动，有许多时间处在一个人的内心交流活动中：人常常会“吾日三省吾身”，常常要“暗自悲伤”，常常会“自我陶醉”，常常会“自言自语”，而这一切都是在人的内心世界里进行的，是通过“主我”I和“宾我”Me双方之间的内部交流完成的。前面说过，语言是思维的工具，因此“I”和“Me”之间的内部交流所使用

的当然也是这种内部语言，由内部语言所负载的信息就是内储信息。人脑是一个信息库，里面储存了大量的内储信息，一个人的内储信息越多，他的思维越活跃。我们说一个人的想像力丰富，也是因为它的内储信息多，内向交流多。然而，人脑信息库的容量毕竟有限，因此，信息库中的内储信息必须要经常更换，使新的信息不断充实进去，以替换陈旧的，过时的信息。动态的信息多了，对发展富有想像力的思想有莫大的好处。内储信息的获得是由语言是思维的工具这一社会功能所带来的。

与内储信息相反，人与人之间的信息传播所使用的就是外流信息。所谓的外流信息，是指正常的有传者和受者双方在交流中所传递的信息。外流信息具有下面两个特点：①物质性。外流信息与内储信息的最大不同处在于它必须用一种物质作为它的承载物，不管是语言符号（如声音、文字等）也好，或者是非语言符号（如图画、音乐、会徽等）也好，外流信息都需要借助一种物质进行传递。而内储信息则无法看到它的物化形式，因为“思想本身好像一团星云，其中没有必然划定的界限”，因此“没有符号的帮助，我们就没法清楚地、坚实地区分这个观念”⑤。在内储信息的“传播过程”中，信息与信息的承载体是区分不开的。②明确性。外流信息由于有语言符号或非语言符号作为其外化形式，因此，这种信息的意义是明确的：语言符号所传达的信息是可以感觉到的，非语言符号传达的信息也有一个明确的意思，例如“拍手”这个动作，我们知道是表示欢迎，而“紧皱眉头”是遇到困难心中不快的表示。

但是内储信息的意义有时是不明确的，这表现在思维的跳跃性上。内储信息往往是交织在一起的，无法形成先后次序而有条理地一步步展开。因此，从语言信息角度区分出来的内储信息和外流信息，可以认为内储信息是思维带来的，而外流信息则是用语言符号带来的。

3. 语言信息和非语言信息的区别

虽然非语言符号所承载的非语言信息属于外流信息，但它和用语言符号传达的语言信息毕竟是不同的。它们的区别主要在以下三个方面。

(1)虚假性和真实性。语言信息的传递，不但要熟悉一套语言规则，而且还需要运用纯熟的语言技巧，因此，每个人对语言信息的操纵一般来说都是自觉的，"脱口而出"的情况毕竟不会很多，这样，语言信息就有带来虚假性的可能。a. 语言的表达本身掩盖了真实的信息，这就是说，语言信息中常常有"言不由衷"的成分，例如我们平时说的"应景"的话，其实所传达的并非是真实的信息，到别人家做客吃饭，吃完后都会说上一句"今天的菜做得很好"等，即使有时菜做得很不可口。b. 用一些语言技巧模糊了真实信息。传者特意地运用一些语言手段，使真实信息模糊一些，这是在批评、劝慰时经常用的方式。要历严地批评一个人时，往往会在批评之前说上一通表扬的话，为了使批评带来的真实信息不要过分地刺激对方。非语言信息因为无所不在地存在于生活之中，所以一个人很难做到自觉地去控制非语言信息，尽管有些非语言信息

也可能带有一定的虚假性，例如服装、面部表情所传递的信息可能会是假的，但就大部分情况来说，非语言信息都具有真实性。一个人号淘大哭，总是一种悲伤的表现，人们不可能认为这种哭是在传达喜悦的信息。要指出的是，我们说语言信息有虚假性，不是说所有的语言信息都是虚假的，而是说语言信息有可能传递虚假，而非语言信息一般是不会传递虚假的。

(2)断续性和连续性。语言信息是靠语言符号承载的，而语言符号是由一个一个单位组成的，单位的组成具有线条性的特点：一个单位挨着一个单位出现。因此，话说完了，文章看完了，语言符号不再出现，语言信息也随之消失了。可见，语言信息的传递是断续的。语言信息随着语言符号的出现而出现，随着语言符号的消失而消失。非语言信息中的大部分都是客观存在着的，承载它的非语言符号分析不出单位，不具有线条性的特点，不可能发生一个一个地出现，一个一个地消失的情况。所以，非语言信息的传递是连续不断的，受者不会感到它是有开始和终结的。例如，两个很要好的朋友坐在一张长沙发上聊天，聊天的开始和结束是明显的，显然语言信息是指聊天的具体内容，而在聊天开始前和结束后，两人之间已经不具有语言信息的传递了。然而，两人在长沙发上的"距离"是一种非语言符号，传递着一种"亲密、友好"的非语言信息，这种非语言信息，一直伴随着他们的整个的传播行为里。聊天正在进行，在传递语言信息的同时，也传递着这种非语言信息；聊天间隔中沉默不语的时候，仍然在传递着这种非语言信息。另外，我们还可以从语言符号与非语言符号的不同功

能去考察两种信息之间的差别:语言符号主要传播事实与知识,而非语言符号主要传播态度与感情。有关事实与知识的信息,总是限定在某种范围、某种限度之内,而有关态度与感情的信息则无法限定。这也能成为二者间断续性与连续性不同的原因。

(3)单一性和复杂性。语言信息的传递大多只能在单通道内进行,例如我们看文章,只能通过视觉器官一行一行地看,即使有一目十行的本事,也总要"十行""十行"地看;听别人说话,也只能一句一句地听,不可能也做不到"十句""十句"地听。这说明语言信息的传递是单一的。但是,非语言信息却可以用"多通道"来传递,例如,我们对某一个人表示一种亲热的态度,可以通过笑容,可以通过手势,也可以通过两人之间的距离多方位地表现出来,而不必表现完了一个再去表现一个。当然,用单通道传递的语言信息和用多通道传递的非语言信息,可以"和平共处",各自占有不同的"频道"。例如一个人作演讲,我们可以通过听觉"通道"去接收他传递的语言信息,还可以通过视觉"通道"去接受由服饰、仪表,会议场景布置等非语言符号传递出来的非语言信息。再比如,我们说"这只小兔子真好玩"时,会情不自禁地伸出手来抚摸这个小兔子,脸上会露出喜爱的表情,有的人甚至还会把小兔子抱起来亲亲。传递语言信息的同时,非语言信息也一下子通过多种方式传递出来。用一种比喻的说法,语言信息的传递是"射击"式的,只能"一发"、"一发"地射出。非语言信息的传递是"爆炸"式的,它一下子把所有的符号"爆炸"后,包括色彩、声

音、活动的画面，甚至气味，氛围等，全面地展现在受者的面前，使受者不得不动用多种感觉器官，包括视觉、听觉、味觉、触觉、嗅觉等，同时去接受所带来的信息。所以，非语言信息会让人感到形象、生动，富于表现力和感染力，非语言信息的接受常常会带来“一目了然”的感觉。

四、语法研究中的信息分类问题

现代汉语语法研究中下面几个问题与语言信息的类别有关。

1. 指称与陈述的研究

一般认为，“指称(designation)”和“陈述(assertion)”两个概念是朱德熙先生在80年代提出的。指称就是所指，反映在语法上就是体词性成分；陈述就是所谓，反映在语法上就是谓词性成分⑥。在具体的句子中，指称和陈述的出现会有下面三种情况：a. 既有指称又有陈述的句子，例如“我来了”。“桌子上有一本书”。这是典型的主谓句；b. 只有指称不出现陈述的句子，例如“书”！“长江”！这是我们平时所说的“独词句”；c. 只有陈述不出现指称的句子，例如“下雨了”。“有人”！等，这是我们以前常说的“无主句”，隐含了指称。可见，指称，陈述这对概念与主语、谓语的概念有关，上述三种情况反映了汉语句子的构成规律，即有陈述必定有指称，有指称不一定有陈述。

指称与陈述的互相转化，是现代汉语语法中的一个很值得研究的问题。例如，我们加上一定的虚词后，可以实行两者之间的互相转化：表示陈述的谓词性成分加上“的”就转化为指称了。如“开车→开车的”、“他画→他画的”、“写了→写了的”；而一个表示指称的名词性成分加上“了”就转化为陈述了，如“夏天→夏天了”、“大学生→大学生了”、“十八九岁的大姑娘→十八九岁的大姑娘了”[⑦]。但是，两者间的互相转化远不是上面所说的那么简单，这中间仍然有许多规律可以探索。例如“上海人”、“中秋节”是个指称，但“他上海人”、“今天中秋节”中的“上海人”、“中秋节”成了陈述，这里是否体现了这样的规律：凡是这种场合下变成陈述的指称，都必须是“大名”，亦即从常识上来说，变成陈述的名词如“上海人”、“中秋节”等在概念所包括的范围上大于前面所出现的指称“他”、“今天”等。又如陈述转变成指称的问题，朱德熙先生曾专门写过文章，提出了自指和转指的概念：自指是单纯的词类转化，语义保持不变；转指是除了词类转化，语义也发生明显变化。自指如“仁者，人也”中的“仁”，转指如“义者，宜也”中的“义”[⑧]。朱先生归纳了陈述转化为指称的一部分规律，但其中仍有不少问题可以再作深入研究，比方汉语里是否有“转指”的问题就很值得商榷；“翻译是艰苦的劳动”中的“翻译”是否变成了名词？再比如陈述到了主语的位置上，是否一定得认为变成了指称，像“不去不行”中的“不去”看成是指称呢，还是认为仍然是陈述，但隐含着一个指称(X)，即“(X)不去不行”。这些问题都值得语法学界去作进一步的探讨的。

指称、陈述概念的提出，在语言研究中具有重大的意义：a. 指称、陈述是传播活动中运用的概念，是对语言信息的一种分类，使人们对语言符号的交际功能有更深刻的认识。因为指称和陈述是语言信息的两种最基本的类别，也是语言表达的两种最基本的形态，人类的传播行为的构成，就是交替、重复运用这两种表达形态，就是这两种信息的传递。b. 因为这两种表达形态构成了人类的传播行为，所以我们语法研究的许多问题都可以归结到对指称、陈述这组概念的认识上，例如我们常用的变换分析方法，就可以分为"同类变换"，即陈述变换为陈述（他谁都认识→谁他都认识）和"异类变换"即陈述和指称的互相变换（吃苹果→吃的苹果，木头桌子→桌子木头的）。这样，我们就可以对某些语法现象作更好更全面的说明。c. 从指称和陈述概念出发研究语言问题，也就是从信息传递的角度研究语言问题，这是将语言研究从静态引向动态的一种具体的做法。近年来对指称和陈述本身的研究，即对语言信息类别本身理论上的研究也逐渐发展起来，下面说的指称的有定和无定的问题就是这种研究。

2. 有定和无定的研究

有定和无定是对指称的进一步分析。在英语中，通常用"the"和"a an"表示有定和无定的概念。但是，汉语与英语的情况并非完全相同。例如，英语中表示"泛指"时，是用"a"而不用

	传者	受者
1	+	+
2	+	−
3	−	+
4	−	−

"the",但汉语中的"泛指"的概念都是有定的,如"正方形有四条边"中的"正方形"应该是定指的。那么,如何确定汉语中的这一组概念呢,语法学界有不同的看法,归纳起来,大致有以下几种。

第一种意见认为这组概念与说话人即传者有关,是由说话人决定的。

"这里有人每天来看书"和"这里每天有人来看书"中的"人",前者是有定的,后者是无定的。不过这样的分析是有问题的。上述句子"有定"、"无定"的区别是纯粹以位置作标准的,是以主语倾向于有定,宾语倾向于无定的说法为标准的。这样,如果遇到"一部车子从前边开来"一类句子,"一部车子"究竟是有定的呢,还是无定的?因为汉语中普遍认为"这/那"表示有定,"一"表示无定,这就与主语表示有定的说法产生矛盾。后来,这种意见在分析句子时会遇到一些麻烦的。

第二种意见认为这组概念与听话人即受者有关,有定和无定应由听话人决定,因此,下面两个句子是可以理解的:"给我那本书"和"给我一本书",前一句中的"书"是有定的,后一句中的"书"是无定的,因为这两个句子中的"书"前分别有"那"和"一"来表示有定和无定。但是,下面句子中"我有一本书,这本书你没读过"中的"书",究竟是有定的,还是无定的?如从听话人角度考虑,当然应该是无定的。然而,"书"前却又出现了"这",这又该作如何解释呢?因此,光从听话人角度出发,和光从说话人角度出发一样,对有定和无定概念的区分,还是无能为力的。

考虑到上面两种意见不足之后产生了第三种意见，就是既从说话人角度考虑，又从听话人角度考虑。有人把这组概念一分为二，即“有定”和“无定”是对说话人而言的。另外又引出了“定指”和“不定指”这组概念，认为这是对听话人而言的[9]。也有人把指称重新分为定指和不定指两部分，定指即泛指。而不定指又分成特指和非特指两类[10]。第三种意见中两种对指称的重新认识，其实都反映了有定和无定的概念在传者和受者那儿都有不同的表现。按照分布规律，这种不同表现只能出现如表上所列的四种情况，不过其中的第三种情况是不可能出现的，因为在交际过程中不可能出现说话人不清楚而听话人清楚的事物。这样，下面三个句子表示了三种不同的情况：

我把这件事忘记了（＋，＋）（有定、定指/定指）

我把一件事忘记了（＋，－）（有定、不定指/特指）

我要请一位家庭教师（－，－）（无定、不定指/非特指）

看来，和第一、二种意见相比，第三种意见可以说是一种比较合理的解释。

对有定无定的讨论可以说是从传播过程中对信息类别的认识的一种深入。有定无定的概念只有放在动态的语言交际中，引进语用的因素，才能得到合理的解释。上述第三种意见从传者编码的角度和受者解码的角度同时入手，也就是说将人类的传播行为作为一个系统看，从系统入手，问题的解决就要容易得多。但是并非说有了上述第三种意见这样的认识，有定无定的问题就完全解决了。例如，如何寻找有定无定的

形式标志就是一个需要继续深入研究的问题，既然我们认为主语倾向于有定，宾语倾向于无定是不可靠的，那么别的因素又是如何影响有定无定的呢？比方人称对有定无定肯定有影响，下面句子中：

我把一件事忘记了（+，-）

你把一件事忘记了（+，?）

后一句中的“一件事”，从听话人角度来说，可以是有定的，也可以是无定的，其中的规律应如何归纳？

3. 已知信息和未知信息的研究

构成信息结构的信息单位，可以分成已知信息和未知信息两大类。已知信息是指“已由环境或前面的话语提供了的信息”，未知信息是指“不能从环境或前面的话语预测的信息”。在正常情况下，交际总是从已知信息出发，然后引入未知信息，因此，“已知——未知”就是常见的一种信息结构的模式[11]。

在语法研究中，已有不少文章在分析句子、话语时引进了这一组概念，并解决了一些问题，说明对这组概念的运用是很有必要的；同时，在对已知信息、未知信息本身认识的问题上，也还有进一步深化的必要。这一方面的问题大致有如下几个：

（1）已知信息、未知信息与指称、陈述的关系。指称可以是已知信息，也可以是未知信息。“小王从图书馆借来一本书”中的指称“小王”表示已知信息，“一本书”表示未知信息，

这是容易理解的。问题在于陈述是否都表示未知信息呢？因为一般认为主语部分表示已知信息，谓语部分表示未知信息。但是如果我们认为陈述位于主语位置，而并未转成指称，那么这时的陈述应该是表示已知信息了。所以，要解决这一问题，首先就得对指称、陈述的概念有明确的认识，这与我们前面说的问题有关。

(2)未知信息和焦点的显示。焦点表示说话人在一句话中要强调的交际内容的重点，焦点一般包含在未知信息中，焦点是未知信息的重点，但不是未知信息的全部。这样，寻找焦点即焦点的显示问题就显得十分重要，其中有什么规律可循，是否有形式标志等都很值得研究。例如下面两个句子：

你知道他是什么地方人吗？

你知道他是什么地方人呢？

两个疑问句是不同的，不同之处在于句尾语气词“吗”和“呢”，那么是否就可以认为这两句的焦点分别是“……吗”和“……呢”呢？

(3)信息结构模式的类别。“已知—未知”是常见的信息结构模式，汉语中是否还有其他的信息结构模式呢？下面句子：

一幅画在墙上挂着。

两个外宾来到这家餐厅。

这是所谓的“无定 NP 主语句”[12]，是不是可以看成是“未知—未知”的信息结构模式呢？因为主语位置上的“数量词 + 名词”，对听话人来说，很明显是表示未知信息的。如果承认这

种信息结构模式是成立的，那么在信息传递过程中，传者是通过什么方法来克服由于句首未知信息的出现而带来的受者理解上的困难的呢？可以让宾语位置上的句词由表示实指、专指的成分担任，也可以采取描写句的方式等，目的都是为了减弱后一个未知信息的“新性”⑬。

对汉语信息结构模式研究的重视，反映了汉语语法研究在语用平面上的进展。如果仅仅把语言作为一种静态的符号看待，对语言的研究往往会局限在语义平面和句法平面上。只有将语言不仅作为一种静态符号，而且作为一种负载着信息的、运用着的符号看待，那么我们的语言研究就会引入语用平面上的因素，从而使语言研究同时在三个平面上展开，就会全面、深入得多。用信息结构模式来讨论汉语句子的结构特点，既能解决许多以前不能解决或者解决得不够理想的问题，同时也带来了一些新的课题，所以这一类研究的前景是很好的。

注：

①此图引自沙莲香主编的《传播学》，中国人民大学出版社，1990年。

②《从“信息结构”的观点来看语言》，《国外语言学》1985年第2期。

③叶蜚声、徐通锵：《语言学纲要》，北京大学出版社，1981年第15页。

④《心理学》，华东师大心理学系编，华东师大出版社，1982年，第147页。

⑤索绪尔:《普通语言学教程》,商务印书馆,1980年,第157页。

⑥朱德熙:《自指和转指,汉语名词化标记"的、者、所、之"的语法功能和语义功能》《方言》1983年第1期。

⑦陆俭明:《80年代现代汉语语法研究理论上的建树》,《80年代与90年代中国现代汉语语法研究》,北京语言学院出版社,1992年,第133页。

⑧同⑥。

⑨范开泰:《与汉语名词项的有定性有关的几个问题》,《语法研究与探索》(6),语文出版社,1992年。

⑩见屈承熹的有关论述。

⑪范开泰:《语用分析说略》,《中国语文》1985年第6期。

⑫范继淹:《无定NP主语句》,《范继淹语言学论文集》,语文出版社,1980年。

⑬齐沪扬:《"N+在+处所+V"句式语义特征分析》,《汉语学习》1994年第6期。

第四章　语　言　运　用

人类传播活动中最重要的两个要素是编码和解码，这是沟通双方心理世界的关键。语言信息传播中的编码就是语言运用，语言信息传播中的解码就是语言理解。心理语言学家们研究的语言运用(linguistic performance)是相对于乔姆斯基所说的语言能力(linguistic comprtence)而言的，只是指人们在实际中说出来的话语。传播语言学中所谈的语言运用，既包括上面所说的语言能力，也包括心理语言学中所说的语言运用。我们认为，传者的编码、发码过程，是一个复杂的心理过程：编码过程中会受到语言能力的影响，发码过程中又要受到语言运用的种种规则的限制。

一、语言运用的三个阶段

人在传播活动中，可以说每一天都要说话，人的大脑不可能将所有想说的话都储存起来，这没有必要，也不可能。因为人在交谈过程中，不可能事先准备好一大套话，然后单方面自说自话地宣讲下去，而必然会因为对方的反应，包括运用语言符号的反应和非语言符号的反应，从而对自己所想表达的语

言信息进行增删和修改，常常是边想边谈。所以，语言运用可以分为思维、编码、发码三个阶段，这三个阶段在整个信息传播活动中是紧紧融合在一起的，没有截然的分界线，分开讲只是为了对语言运用的整个过程有较清楚的认识。同时，语言运用是一个系统，对语言运用的研究必须从考察这个系统的结构开始。

1.思维阶段

在客观世界的有形或无形的影响下，一个人有了说话的意图，也就是说有了思想。但是，思想是如何形成和产生的，是如何组织的，却是一个非常复杂的问题，这是一个应该由心理学家去研究的问题。传播语言学把语言运用中的思维阶段看成是一个传播信息的计划制订阶段，在这个阶段中，心理语码(meantal cade)尚未转变成实际语码，说话意图的实现还刚刚迈出第一步。如果我们把编码看成是心理语码到实际语码的转变过程，那么思维阶段是实现这种转变的准备过程。传播语言学不关心在准备过程中思想的形成等问题，而主要讨论如何围绕着编码作准备的几个问题。

(1)对听话人的背景知识的预测。编码的最终目的是为了使语言信息的表达形式 X 与信息 m 之间匹配，而传播的最佳效果又体现在传者发出的信息 m 与受者收到的信息 m′的匹配。因此，对听话人背景知识的了解程度是足以影响编码成功率的高低的。听话人的背景知识包括他的身份、年龄、性别、知识结构、与说话人的亲密程度等各个方面，另外还包括

发生传播行为当时的时间因素、处所因素和场景因素等。我们可以举一个最明了的例子：每个人在社会上都扮演着不同的角色，同时也就获得了许多不同的称呼，可以是张明亮，也可以是老张、小张，还可以是张经理、张老板、张先生……传者在了解对方与自己的关系，了解传播行为发生的具体场合等情况后，才能编出正确的"称呼"符号信息。倘若该叫张经理的场合，而说出直呼其名的"张明亮"来，编码显然是不成功的。

(2)对实现传播目的的估计。传者要把自己的思想变成语言符号表达出来，把信息传给受者后，让受者不但能理解信息，而且能相信这个信息，即上一章所说的 $m-m'-m''$。要做到这一点，传者首先要期望受者在传播过程中会采取一种合作态度，受者有了这种态度，才会相信传者所说的信息具有真实性，不然的话，就会产生"正话反听"的现象，传播的目的是不能实现的；其次，传者要期望受者在传播过程中会采取一种现实态度，这种态度能保证传播行为在常规的情况下进行，不然的话，受者老是"超常规"地去理解传者的信息，传播的目的也是不能实现的。例如传者想告诉受者"乐靖宜 50 米自由泳游出了 24 秒 51 的成绩"这个信息，而且相信受者能知道 24 秒 51 的含意。如果受者连乐靖宜是谁，50 米自由泳是怎么回事都不知道，那么传播显然失去了意义。

(3)对采用语言手段的准备。传者要表达的思想不会也不可能有什么现成的说法可以利用，而必须将各种语言手段或非语言手段利用组织起来，把自己的思想表达出来，这是编

码阶段的最直接,最现实的前期准备。传者很自然地会考虑许多问题。例如,自己擅长运用的语言技巧与手段是什么,应该选取怎样的适合于思想表达的语言技巧等。认知语言学认为,语言手段的准备是从大到小的,即先考虑语篇安排,再考虑句子安排,最后考虑句子成分的安排。这样,在语篇安排中,就应计划出会话的形式,在句子安排中,就应该考虑思想内容如何体现,在句子成分安排中,就应该准备好选用些什么样的词语,等等。例如传者想传递某人工作非常努力的信息,就会事先考虑到表达时是否用直陈的表示方法,另外,是否要运用一些修辞手段,如比喻、夸张等方法。

值得注意的是,思维阶段的这些预测、估计、准备,只能起到一定的作用。因为在实际的传播行为中,信息交流不可能是一成不变的,大多数情况下,传者的语言运用会按照自己的说话的意图和受者的反映,而作出相应的协调,思维阶段所思考的一些问题,被利用的不会很多,许多问题得依靠临场解决。这就好像下棋一样,虽然有定式,但定式的运用会根据棋局的发展发生变化。

2. 编码阶段

编码阶段是介于思维阶段和发码阶段的一个具有承上启下作用的过渡阶段。在这个阶段里,要完成心理语言符号向实际语言符号的转换,也就是说,编码阶段就是句子产生的阶段。心理语言学的最新研究成果表明[①],作为语言运用这个系统的子系统"编码",又是由几个更小的子系统组成,这些更

小的子系统可以分成三个部分,即句子产生、信息安排和句式选择。第三章表格中"话语的语言结构(X)",其实就是一个包含上述三种因素的复杂结构。

(1)句子结构。在思维阶段对准备采用的语言手段作出思考之后,到了编码阶段,首先考虑的就应该是句子的结构。但是,句子的结构首先取决于意欲表达的信息 m 的具体内容。人的思想是一个由许多命题组成的复杂系统,当我们意欲表达某种思想时,就很自然地会到这个系统中寻找与信息 m 相关的命题,然后运用各种经验,把相关的命题组合起来,而且加以修饰,从而才成为句子。因此,信息的具体内容除了影响句子的结构之外,还要影响在结构中出现的词语。在句子结构过程中,主要考虑的是"次序"和"关系"两个问题。信息决定后,要考虑叙述的次序,是从大到小,从轻到重,从不重要到重要,还是一下子点明主题;概念重点应该由什么词语担任等。而"关系"则表现在句子中许多词语之间的连接点即间隙处应该如何描写这一问题上。其实,句子结构是一个复杂的心理过程,体现这个心理过程的是一个个组织起来的词语。

(2)信息安排。信息有已知信息和未知信息之分。传者在句子产生过程中,还得考虑信息的安排,什么是已知的信息,什么是未知的信息,什么信息可以放在句子的主语位置,什么信息可以放在句子的谓语位置。国外有的心理语言学家提出一个"已知与未知契约(given - new contract)"的原则,从说话人的角度考虑,把已知信息定义为"那些他相信听话人能够从其所知的东西中单独找出来的信息",把未知信息定义为

“那些他认为是真实的，而又未为听话人所知的信息[2]。”一般说来，把已知信息放在句子前面，把未知信息放在句子后面。但传者也可以考虑将未知信息先提取出来，这样就得对前面所作的句子结构作出相应的变更。例如“我抓住一个小偷”，是已知信息在前，未知信息在后，但也可以表达为：

一个小偷抓住了，是被我抓住的。

其中的未知信息被移到主语位置上去了。另外，重读常常会改变已知信息和未知信息的排列。例如下面句子：

人家都知道这个消息了。

“人家”如果重读，表示“别人”、“有的人”，是未知信息；如果轻读，表示“自己”，则成为已知信息。所以，信息安排必须以听话人能否理解作为先决条件。

(3)句式选择。在句子产生过程中，传者还得对句式的选择作出决定。根据传播场合的不同和交际目的的不同，表达同样信息的句子会带有不同的交际功能：可以是陈述性的，也可以是命令性的，可以是表情性的，也可以是疑问性的，这是我们平时所说的四种不同的句类。同时，我们还可以选择一些修饰成分，使某个信息传递带上附加信息，例如“小王在看书”这个信息，我们可以有下列表达方式：

小王在看书。(一般陈述)

小王肯定在看书。(断言)

小王正在看书吗？(疑问)

小王好像在看书。(推断)

小王必须去看书！(命令)

真对不起，小王还在看书。（抱歉）

种种表达方式构成了不同的言语行为，而这些言语行为的构成又可以是多种多样的，例如："小王正在看书吗？"是一种表示疑问的方法，但我们还可以有下列表示方法：

你知道小王是在看书吗？

能否告诉我小王还在看书吗？

请问小王是在看书吗？

小王正在看书，是吗？

同样，句式的选择也要以适宜于信息的传递与受者的理解作为前提。

3. 发码阶段

发码是语言产生的执行阶段。在这个阶段中，传者将把语言信息的高度抽象的心理表征变成一种肌肉活动形式，并通过发音器官，产生表达该信息的声音，可见发码中的关键是编码发音程序，在这个发音程序中起主要作用的将是下面几点：

(1)语速。语速可分为正常语速和超常语速两种。语速与感情表达有关，也与传播环境有关。在日常交际会话中，不受特殊心理活动和情感影响时的语速称为正常语速，而超常语速则是指受某种特殊心理或某种强烈情感的支配而产生的特快或特慢的语速。就汉语的情况来说，正常语速每分钟应是230个音节左右，较慢语速在每分钟170个音节左右，较快语速在每分钟350个音节左右[③]。选择不同的语速还与信息

的内容有关，一般的信息可以说得快一些，重要的信息可以说得慢一些。选择不同的语速还应考虑受者的身分，对方是青年人，说的话快一些也无妨，对方是孩子或老年人，又应该说得慢一些。

(2)语顿。在编写发音程序时考虑语顿的作用，除了生理上需要换气之外，还在于：a.是语法上的需要。停顿可以使句子的语法结构的关系明确，它是语法结构的一种语音标志，它可以使较长句子中的语法成分的关系以及句子和句子之间的关系明晰清楚。停顿大多在主语、谓语之间和谓语、宾语之间。例如：

今天的菜/太丰盛了。

她深情地望着/那些失学的儿童。

b.是语义上的需要。句子中词与词的结合可以构成一个意义的整体，这叫做“意群”。意群可大可小，在较大的意群中，还可按疏密不同的意义关系再划分出更小的一些意义的整体，这叫做“节拍群”④。语义停顿和说话人的表达需要有关，是一种既为内容服务，又为感情服务的停顿。这种停顿对歧义句式的分化很有作用，例如“一个工厂来的干部”，可以作不同的停顿：

一个/工厂来的干部。

一个工厂/来的干部。

(3)语重。人们在口语交际中，常把那些在句子中表情达意方面比较重要的词语读得重些，而把其他词语读得轻些，这种重音是句重音，而不是词重音，因为词重音是出现在词语结

构中而不出现在句子里。例如，句子中重音安排的不同，句子的信息中心会发生变化，句子所表达的内容也就不同。如：

今天老王去了北京（不是“昨天”或“明天”）

今天老王去了北京（不是“其他人”去）

今天老王去了北京（不是去“其他地方”）

语重和时长有紧密联系，几乎所有作为句子重音的词，其时长都比句子中的非重音成分要长，时长可以看作汉语句子重音的重要标志。有统计数字表明，句子重音的时长比非重音的时间长 65%[5]。因此，语重实际上可以通过两种方式表达，一是对这个词语进行重读，一是将这个词语的表达时间进行延长。

上面所说的是发出以声音作为信息的物质承载物的语言符号时，在所编写的发音程序过程中要考虑的问题。作为有声语言的对立面，发码阶段也应包括以文字作为信息承载物的发送。这时所编写的是“文字发送程序”。这种程序与发音程序的编写有相同的一面，也有不同的一面。比如说，在文字表达上也要注意语顿和语重问题，前者可以用适当的点号来表示停顿时间的长短，后者可以部分地借用标号的使用。例如重要的词语下面可以加上着重号，或者用引号标出，以显示这些词语的特殊性。而不同之处则在于，发音程序中要考虑的语速问题，在文字表达上是无法体现的。不过，文字发送程序中需要考虑如下在发音程序中无须考虑的问题，例如字体的样式和大小问题，书写的格式问题，书写的环境问题，包括所选用的纸张、字体颜色等问题。以往，心理语言学和认知语

言学对发码阶段程序的编写主要考虑有声语言的问题，其实，文字的发送问题也很重要，而这一方面的研究却显得太少。

二、语言运用的原则

信息传递过程中的编码要达意，解码方能准确。但是要做到编码的“达意”，就要注意选用恰当的表达方式，就要遵循一些必须的交际原则。下面讨论的三个方面，都是在语言运用过程中对传者的要求。

1.语句排列原则

语言符号的排列具有线性的特点，这一特点决定了传者在信息传递过程中必须考虑到语言结构的排列。无论从结构的衔接还是从语义的连贯看，句子内各成分的排列和句子之间的配列都是有一定的规律的，这种规律就是话语结构规律。人类运用语言符号交际构成传播行为的结果，是产生一个个话语片段，每个话语片段又都是由更小的话语单位组成，最小的话语单位就是句子。一个句子的出发点可以称做为话题(topic)，即陈述的对象，而对话题的陈述，则称做为说明(comment)⑥。一般情况下，汉语句子都必须遵循“话题—说明”的语序，这种语序也就成为语句排列的规则。语言运用过程中，在贯彻语句排列规则时，要注意以下几点。

(1)话语结构不同于信息结构。语题所负载的信息往往是已知信息，说明所负载的信息往往是未知信息。但是，由于

二者之间没有绝对的对应关系，因而我们决不能把语言成分出现的前后顺序看做研究信息分布的惟一标准。例如下面两个句子：

在苏州会议上，小王遇见了哪些人？

——小王遇见过老张。

在苏州会议上，谁遇见过老张？

——小王遇见过老张。

在第一个句子中，"小王"在前边的话语中出现过，所以是已知信息；而后一个句子中，"小王"不能从环境或前面的话语中预测出来，所以是未知信息。但两句中的"小王"都出现在句首，都是一个句子的话题。可见由于交际的需要，有时未知信息也会位于已知信息前面的。一般说来，话语结构中的语序是传者注意的问题，是以传者为中心而形成的讲话的出发点，以及围绕出发点所叙述的内容。而信息结构相对来说对受者的影响更大，是以受者为中心围绕说话人所说的内容对信息作出的判别，因此，这种判别更依赖于语境，而不能像语句排列那样只是纯粹的句子内部的组织结构。

(2)语句排列顺序会受到心理结构的影响。已知信息不是传者传递时的中心或重心所在。在一个句子中，信息的中心和重心都在尾部。口语里，这种信息的中心和重心往往可以通过重音来表达。利奇和斯瓦特维克曾对英语的情况作过研究，在一个句子中，包括有很多从句的句子中，只有句子的末尾部分才读降调，而其他部分则只能读成升调或降升调⑦。汉语中的情况也是如此，心理重音只能落在说明部分。例如

“我们今天讨论如何提高产品质量问题”中，心理重音可以是“问题”、“提高产品质量”、“今天”等，但都在说明部分。在书面语里，由于无法采用语调这种手段，因此，句子重心的表达就更多地依靠语序，语句排列规则在书面语中显得特别重要。汉语中，传播的重点常常放在句子的后面部分，尤其是动词的后面部分。例如“他努力学习”和“他学习努力”中，后一句更显出强调“努力”的意思。可见，在服从“话题—说明”这种语序规则的大前提下对说明部分的语序安排，可根据传者传播中心和重心的不同作出相应的变化。

(3)选择以话题链为线索的不同的语句排列方式。在一个句子中，话语结构以“话题—说明”的语序排列，面在一连串的围绕一个中心展开的句子中，所表达的意思将由“话题链”(topicchain)来接应，以话题链为线索的句子都有相同的结构话题(structure topic)，这样，一连串句子的排列就会有一些不同的表达方式。识别和选择这种不同的表达方式，对语言传递者来说显得十分重要。假设话题以字母 T 表示，说明以字母 C 表示，不同的表达方式是：

a. $T_1 \rightarrow C_1$

$\rightarrow C_2$

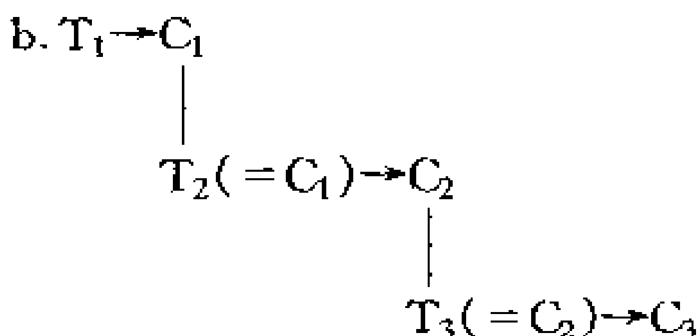
$\rightarrow C_3$

以第一句的话题为出发点，以后各句均以此句子的话题为话题，分别引出不同的说明，从不同的角度对同一个话题加以揭示，阐发。如：

华罗庚同志尽一切可能扶持年轻一代成长。他十分

注意发现优秀人才。他是新中国的中学生中开展数学竞赛的创始人、组织者[8]。

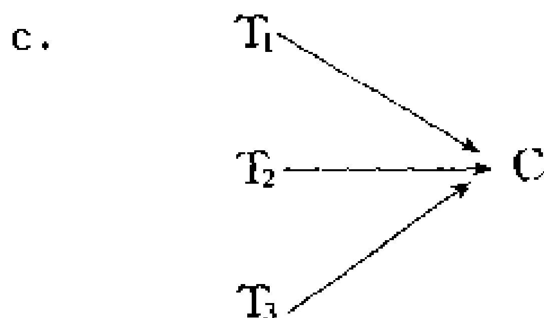
上例中,每句的话题都是相同的,都同指一个对象。



第一句的说明成为第二句的话题,这个话题又引进一个新的说明,这个说明又充当下一句的话题。这个模式的特点是,第一句的未知信息在第二句中成了已知信息,第二句的未知信息又成了第三句的已知信息。例如:

指挥员的正确的部署来源于正确的决心。正确的决心来源于正确的判断。正确的判断来源于周到的和必要的侦察,和对于各种侦察材料的连贯起来的思索。

这种方法在汉语修辞学中称做为"顶针"。



第一句的"话题—说明"作了基本叙述之后,第二、第三……句分别从新的话题开始,但不同的话题都集中归结到同一说明上。如:

敌人把你的城镇变成了废墟，你没有哭；敌人把你的家园烧成了灰，你没有哭；敌人杀死了你的亲人，你没有哭；敌人把你绑在大树上，烧你，烤你，你没有哭。

这种方法在汉语修辞学中称为"排比"。

d. $T_1 \rightarrow C_1$

$T_2 \rightarrow C_2$

$T_1 \rightarrow C_3$

$T_2 \rightarrow C_4$

第一、第三句的话题相同，第二、第四句的话题相同，这种模式多用于对比，例如：

西方人性格外向，东方人注重含蓄；西方人个人意识强，东方人喜欢集体活动。

对于运用语言符号的传者来说，考虑信息的传递不但要注重句子中的语序问题，还应该考虑更大范围内的如语篇中的语序问题。

2. 会话合作原则

会话是人们在交际过程中彼此间的谈话。美国的哲学家格赖斯(P·Grice)认为，一般人的会话要受到一定的条件的制约。传播行为中的交谈之所以不致成为一连串互不连贯的话，是因为在不同的阶段中，传者和受者都遵循着一个目的或一组目的，相互配合。在传播行为中传受双方信守的原则，格赖斯称之为"合作原则"，即"量"(是否有信息内容)，"质"(所说的是否真实)，"关系"(所说的与话题是否有关联)，"方式"

(如何进行会话)。从语言运用的角度考虑，格赖斯的“合作原则”可以归结为“新鲜、准确、适量”三点，传者的语言运用应把追求这三点作为努力目标。

(1)新鲜。传者所传出的信息，首先要做到言有所指，言之有物，也就是说语言符号要承载新的信息。传播效果的好与不好，往往取决于信息量的多和少。鲁迅小说中的祥林嫂，向别人述说她的儿子被狼吃了。第一次与别人说时，“男人往往敛起笑容”，“女人还要陪出眼泪来”，有些老女人没有在街头听到祥林嫂的话，“还特意寻来”。为什么呢，这是因为祥林嫂说的话是他们原先不知道的，具有最大的信息量。后来，由于祥林嫂的一再重复，使“全镇的人们几乎都能背诵她的话”，致使大多数人感到厌烦。这时祥林嫂话中的信息量等于零。我们不从别的角度评价，从传者对语言运用的要求来看，没有信息，不新鲜的话当然要引起别人的反感。

另外，我们在运用语言进行信息传递时，有时明知承载的信息量等于零，但我们还是在用，比方传者与受者上班途中相遇互相寒暄：传者：你早！受者：你早！传者：早饭吃过了？受者：吃过了。你也吃过了吧？传者：是啊。今天天气不错啊。受者：看来是晴天。上述对话信息量没有，但这是人际交往的一种方式，从社会语言学角度分析，这种寒暄语的使用具有“言外之意”，具有一定的“感情信息”，是不违备“新鲜”的要求的。

(2)准确。信息的传递当然要求准确。如果传者给了受者一个错误的信息，从而使受者根据错误的信息作出了错误

的判断，那么我们说，这时的信息传递的信息量非但要说是零，而且还可以说是一个负数。

要做到准确首先要使用受者听得懂的语言，“听得懂”就是准确。例如一个医生对来看病的农村老大娘说，让她吃一些治痢疾的“磺胺脒”也即“磺胺胍”这种药，而农村老大娘却对这种“黄米”、“黄瓜”能治痢疾感到怀疑，从而引出了一场误会。倘若从用词准确这一点看，把治痢疾的“SMG”说成“磺胺脒”“磺胺胍”似乎是无可挑剔的，但患者是农村老大娘，根本不懂“SMG”的医学称呼，把这两种医学称呼听成“黄米、黄瓜”了。可见在这样的场合下选用这样的名称是不适宜的。受者听不懂的话，怎么说都不能算是正确的。

其次是谈话要围绕“中心议题”进行。有信息量的语言符号，虽然能满足新鲜的要求，但并非都是准确的。因为传者与受者的传播行为是在一定的情境中进行的，每次交谈都要有一定的内容，每一次的“传”和“受”都要跟这个内容有关，内容的转换要与传受双方的思维线索同步。你说你的，我说我的，虽然信息量都很多，但这种信息并非是对方所需要了解的。如：

传者：你府上是哪儿？受者：我今年25岁了。

传者：你最近身体还好吧？受者：外语考试我得了九十分。

传者：明天咱们上无锡玩玩，怎么样？受者：张老师对我可好啦！

这样的对话，答非所问，根本谈不上准确。一个优秀的传者，

不但要能准确地阐述自己的意见，还要能准确地领会对方的意图，满足对方信息输入的要求。

(3)适量。这是指信息量的多少要与最佳的传播效果结合起来。传者给予受者不多不少，恰到好处的信息，是语言运用的一个关键，这是一个看起来简单，其实极其复杂的问题。先看下面的一段对话：

问者：你什么时候来上海的？

答者：(A)中学毕业之后。

(B)是去年4月5日下午2点35分乘138次火车来上海的。

问者：今天你们有外语课吗？

答者：(A)外语课要上到三年级。

(B)我们每周二、五有外语课，一星期有四节。我们外语课第一年上精读课，第二年第三年上泛读课和会话课，一直要上到三年级。今天是星期六，没有外语课。

问者：你喜欢上外语课的王老师吗？

答者：(A)我听过他的课。

(B)我喜欢上体育的张老师，喜欢上文学的周老师，也喜欢上外语的王老师，他们的课都上得棒极了。

上述对话(A)的回答，虽有一定的信息量，但少于问者的要求，问者听了之后仍有许多问题不明白。(B)的回答信息量又太多，有的是问者所要求的，有的又不是问者所想了解的，

讲了这么多，反而使问者厌烦。

可见，所谓信息的多和少，实际上就是如何掌握一个“量”的问题。但是，评价一个信息是否适量，单凭字面的结构和经过选择的词义的组合是不够的，而应该把这样的信息放在一个传播情境中加以考察。倘若我们设想这样一个情境：问者和答者是一对非常熟识的朋友，当问者问答者这些话时，答者很不耐烦或者想开开玩笑，故意作出(A)或(B)的回答，在这样的情境里，就不能说信息不是适量的了。所以，离开了一定的传播环境，对信息是否适量的解释就失去了事实上的依据。

另外，要做到信息传递的适量，还应该注意对模糊词语的选用。在许多传播场合中，选用了模糊词语，反而会觉得信息适量。日常语言中的许多概念都是模糊的，如“高、矮、冷、热、年轻、年老”等，用这样的概念模糊的语言进行交际，却不见得使人感到无法对话。有时候，人们还会故意地选用一些模糊的语言。例如，当别人问起某人的情况时，我们常说“还好”、“还可以”，这样的回答是模糊的，但表示了一种既不好、也不坏，既不满意，也不是坚决反对的特殊意向。这种时候，用其他词语回答反而不能做到适量这一点了。

3. 语言规范原则

单个的语言符号所传达的只能是简单的信息，把单个的语言符号组织起来，成为句子和语篇之后，才能传达复杂的思想，描述复杂的事件。这样，传者在运用语言构成传播行为时，还必须考虑如何遵守语言规范的问题。一般来说，涉及语

言规范的原则有三个方面，一是要遵守逻辑规范，这涉及由语言符号组成的句子“通不通”的问题；二是要遵守语法规范，这涉及句子的组合规则“对不对”的问题；三是要遵守修辞规范，这涉及所传达的信息质量“高不高”的问题。下面我们分别讨论这三种语言规范。

(1)逻辑规范问题。逻辑与人类的思维活动有关。思维和语言的对应关系，作为规律，表明了任何一种语言与概念、判断、推理都有相对应的形式，人们根据这个规律，可以从千差万别的语言现象中总结思维的语言形式。另外，思维和语言的对应关系，也不是什么僵化的现成的公式，不同的语言中，这种相对应的关系的表现形式是不尽相同的，因此，在不同的语言中，逻辑规范也是不相同的。作为语言运用中的逻辑规范，特别是注意概念、判断、推理的准确，这是因为逻辑中的上述概念，是和语言中的语词、句子相对应的，要做到后者的准确，就必须先做到前者的准确。例如，我们利用语词去认识世界，描述世界，就必须要求逻辑概念明确，不然，既不能缜密地思考，又不能确切地表达，当然也就无法发挥语言的交际作用了。明确概念，则既要明确概念的内涵，也要明确概念的外延，只有这样，才能表意准确，用词精练。如“某机关经过整顿，工作效率大为提高，胜过任何时期”一句，其中的“任何时期”，就是概念不明确，是胜过以前，还是也包括以后？“胜过以前任何时期”说得通，而“胜过以后任何时期”则不合理，也说不通，所以应缩小外延，改为“胜过以前任何时期”。再比如判断一定要恰当，当然，判断的恰当取决于概念的明确，但光

有明确的概念,却缺乏正确的结构,判断也不会恰当。恰当的判断在质上要注意肯定、否定的区分,在量上要区别全称、特称的不同,在主谓项的联系上,更要作出实然、或然和必然的辨析。“父在母先亡”这个判断可作各种解释,与缺乏正确的结构有关。再比如,推理是一种思维工具,是比概念、判断更为复杂的一种思维形式,推理正确更是使传播取得良好效果的保证。最简单的三段论就要有内在的逻辑性,前提和结论之间要有必然联系,要符合推理规则。否则,结论是错误的,发出去的信息也就毫无价值了。如:

机械工业是重工业

机械制造业是机械工业

所以,机械制造业是重工业

这个推理是正确的,而下面:

机械工业是重工业

电力工业不是机械工业

所以,电力工业不是重工业

这个推理是错误的,因为机械工业属于重工业不排除其他工业也可以属于重工业。“重工业”这个概念在这儿是不周延的,不能推出“电力工业不是重工业”的结论。

(2)语法规范问题。语言运用要符合语法规范,这里包括多方面的内容。首先,传者不能生造词语,“我们的本领就在用现成的、普通的语言,写出风格来”⑨。生造出来的词语会增加信息的“噪声”,即便在社会发生重大变动、新词语大量涌现的时候,运用新词也要慎重,只要现实生活中有合适的词语

指称、描述、说明，就不应再生造出一个来。如：

她没有任何值得我们感佩的地方。

勇敢的战艇像雄飞的骏马破浪前进。

其中的“感佩”、“雄飞”都是不合规范的生造词，在语言运用中不提倡出现。其次，要选择合适的句式，防止歧义现象的产生。例如，“破衣服里子”、“新职工宿舍”一类句子，在运用时可适当地加上助词“的”，让意思更加明确：

破的衣服里子/破衣服的里子

新的职工宿舍/新职工的宿舍

与此同时，还要注意语法和逻辑的差别。语言的规律是语法，思维的规律是逻辑，逻辑与语言是有差别的，这种差别造成了有些合乎语法的话不合逻辑，而有些合逻辑的话也不合语法。语言运用时也要自觉地辨析二者的不同，明白哪些是可以说的，哪些是不可以说的。如：

一口袋米吃三天。

一间屋子住五个人。

一张床放三条被。

上述句子似乎不合逻辑：因为不是“米”吃“天”，而是“一口袋米够三天吃”；不是“房子”住在“人中间”，而“人”住在房间里。然而，这样的句子都是合语法的，因为我们平时都这么说。在这些句子里，语法上的主语、宾语和逻辑上的主体、客体正好倒了一个个儿。再比如说，汉语的量词修辞名词很难说出其中的道理来，只能说“一条被”、“一床被”，却不能说“一张被”、“一块被”；要说“一口猪”，不说“一条猪”。我们必须承认逻辑

与语法的差别，语法分析不能以逻辑分析代替。

(3)修辞规范问题。书面语的修辞与日常口语的修辞在风格上迥然有异，书面语要求表达明晰、准确、简炼、连贯、周密，在这个基础上，再做到形象、生动、鲜明、优美、感人，即不但做到“辞达”，还要做到“辞巧”。而日常生活中，会更多地运用到变音、语调、语重、语速、语顿等语音手段，会更多地使用儿化词、重叠式、方俚俗语等词汇手段，会更多地利用句子成分的省略、语序的变异等句法手段。然而，不管哪一种语体，不管运用了什么样的修辞手段，其目的都是为了追求“以适应题旨情景为第一义”[10]，这里的“适应题旨情景”就是修辞规范。所以在书面信息和口头信息的沟通上，都要讲究“好不好”的问题，也就是说语言运用要主动地考虑修辞的问题，不能以为只要“文理通顺”就可以了。语言干瘪，味同嚼蜡，这样的信息难以引起受者的注意，传播的效果自然也要大打折扣。

语言大师们之所以能成为大师，也就是因为他们肯在修辞上下功夫，字斟句酌，才能把他们的思想变成生动的语言表达出来。叶圣陶就说过这样的话“要比较一些词的细微的区别，这是很要紧的……该用在何处，都要仔细想一想。想过了，用起来就有分寸”[11]。看一下叶圣陶先生对自己作品所作的修改，就可以看出语言大师们对修辞的重视。如：

> 这一课轮到上历史了，学生们满怀着好奇的心思，坐在课室里期待。

叶圣陶先生改成：

> 这一课轮到上历史了，学生们满怀着好奇心，坐在课

堂里等待[12]。

“期待”是对预定日期的等待，“等待”一般是指短时间内的等盼。“期待”和“等待”虽然是一组同义词，这里只有用上了“等待”才能准确地反映客观事物和表达思想感情。而其他的如“好奇的心思”改成“好奇心”，“课室”改成“课堂”，则是将方言词改成了普通话的词汇。叶圣陶先生做到了精心锤练词语，目的当然是为了“适应题旨情景”。

三、语言运用的信息量选择

要深入研究传播的问题，需要对传播的信息进行定量化的研究，也是语言运用中不可忽视的问题。因为信息量的多少以及对信息量的控制、利用等问题直接关系到语言运用的效率以及传播的效果。

1. 信息量公式

(1)狭义信息量公式。申农在他的《通信的数学理论》一书中，解决了狭义信息的度量问题。所谓的狭义信息，就是单纯地考虑信息的符号以及符号间的统计关系问题，所运用的方法是概率统计。在自然界和人类生活中，最多出现的是那种在相同条件下可能发生也可能不发生的随机事件。例如投掷硬币，可能是正面朝上，也可能是反面朝上；从五十四张牌中抽出一张，可能是红桃 A，也可能是梅花 2，或者是其他牌张。随机事件具有偶然性和不确定性，而我们所传递的信息

也是有偶然性和不确定性。因为我们无法估计对信息是否清楚或者感兴趣，也无法估计在通信过程中会出现什么噪声干扰。考虑到不确定性和多种结果可能性的互相联系，而可能性又是用数学上的概率来表示的，因此，信息的不确定性与可能结果的数目和概率分布有关，可能结果的数目越多，概率分布越均匀，不确定性就越大。如：

{X}	X_1	X_2	X_3
{P}	1	0	0

不存在不确定性。而

{X}	X_1	X_2	X_3
{P}	1/3	1/3	1/3

则最难作出预料。公式中的 X 表示三个基本信息，例如去，不去，可能去可能不去；P 表示相应的概率，第一表上 $P_1=1$ 的含义是每次都去，实际上就不存在不确定性。而当概率都是 1/3 时，不确定性最大，信息的不确定性就是信息的“熵”。信息量就是信息在各种状态下所具有的平均的不确定数，一般来说，概率越小，信息量越大；概率越大，信息量越小。

(2)广义信息量公式。然而，狭义信息量所考虑的只是语法信息的度量，只是在确定概率信息时才是有效的，正确的，但它不能用来研究语义信息和语用信息的度量问题。例如，“新的上海师范大学 10 月 22 日正式成立”这则消息，按照狭义信息度量的要求，只要把这个信息用一定的符号传送出去就行了，也就是说，只要考虑信息的形式就行了。但是从语义角度语用角度出发考虑这组信息的信息量，那就要复杂得多：

每一个词都有复杂的情形需要刻画和辨别。例如是"新的上海师范大学"，而不是以前的上海师范大学，是"10 月 22 日"，而不是其他日子，是"正式"而不是"非正式"，是"成立"，而不是其他庆典。如果联系到这些语义对各个信息接受者所引起的反响，更是千变万化，难以描述。所以，传播语言学中研究的信息量，不是一个工程技术上的问题，而是对传播行为中发生的语义和语用的理解问题，这种"信息的语义方面的问题与工程问题是没有关系的"[13]。

传播语言学中研究的信息量公式可以表述为：

$$\overline{H}=\sum(I_1, I_{1-n}, R, N)$$

其中 $\overline{H}$ 是最大信息量，它是四个变量的代数和，即四个变量互相作用而消长的综合体。式中的 I 为主要信息，I_{1-n} 为一个或几个次要信息，R 为冗余信息，即超过传递需要量的信息，N 为噪声和或者干扰。传播过程中，理想的传播效果当然是 $\overline{H}=I$，但在实际的操作中，这种可能性几乎是不存在的：除了主要信息外，还必须加上一个或几个次要信息，在有噪声干扰的情况下，还要加上冗余信息，只有这样，才能使信息量达到最大值[14]。要注意的是，广义信息量公式和狭义信息量公式有一致的地方，即都认为信息量与概率成反比，概率越大，所能预料的信息的可能性越小，信息量也越小。所以，H＝0 时，即凡是受者所知道的信息，或者已重复多次完全失效的消息，其信息量等于零。但是，传播行为是在人类社会中展开的，这样，在日常的言语交际中，有些寒暄话一类的语词虽然重复多次，信息量等于零，但是有"感情信息"，传播效果可能

依然是最佳的。可见，广义信息量公式考虑的是社会效应，不可能像狭义信息量公式那样，只考虑单纯的物理效应。

2. 传播行为中最大信息量的追求方式

我们是用语言符号来传递信息的。符号都有能指(形式)和所指(内容)两个方面，因此，从理论上说，要追求最大的信息量就应该使一个能指只能与一个所指相对应，一个所指也只能与一个能指相对应，并且每个所指只能由一个能指来表达。然而，现实的人类构成的传播行为中，很难找到能指和所指完全合一的语言符号。

会打桥牌的人都知道，“叫牌”是联手之间的一种信息传递。通过自然的叫牌体系和人为的约定叫牌体系，使每一次的叫牌都能代表一个特定的信息，从而达到联手间能制订出一个合适的定约的目的。从信息传递这一点看，打桥牌时的叫牌，无疑是用最少的语言符号进行了最大信息量的传递，每一个符号都只代表一个信息。例如精确叫牌体系中的“1 梅花”，只代表“持大牌点超过 16 点的任何牌型的牌”的概念。不过，这样的交际方式只有在特定的场合下才能使用，即便是“心有灵犀一点通”的恋人、夫妻之间，也不可能使用一种如同叫牌那样的、只为双方知晓的、高度概括的、能指与所指合一的语言符号进行交际，因为我们的生活太丰富多彩了，我们人类使用的语言符号也太繁多复杂了。可见，能指与所指合一的语言符号，只能用于一些科学语言或信号系统中，人类日常的传播行为中，就很少有能指和所指完全合一的情况出现。

要特别注意的是，信息量的大小与词语的多少，句子的长短是没有关系的。如：

明天去上海植物园吗?

去!

"去!"只有一个字，却传达了最大的信息。因为"去"这个信息不存在不确定性，概率最小，所以信息量最大。在人类日常的传播行为中，如果在定量时间内用最少、最经济的词语句子传递最多的信息，而这个信息又符合人类的社会习惯、思维习惯的话，那么这个信息就是具有了最大信息量。追求传播行为中的最大信息量可以采取下面几种方式：

(1)引起受者注意，提高信息的精确性，保证信息的传递具有鲜明的特色，这时要采取的方式是重复主要信息。例如有一则广告：

天津大发，天津大发，发，发，发!(天津大发车广告)

这则广告中，有两个主要信息。"天津大发"是一个，所以一开始先重复一遍，连续两个"天津大发"，使这个主要信息不致受干扰而模糊；然后，又引入了一个主要信息"发"，并且连续重复三次。同一信息的反复出现，势必增强信息的刺激强度，可以促使受者从非主动注意转入到主动注意。

(2)引导受者正确理解信息，提高信息的质量，减少信息的误解，避免了歧义信息的出现，保证了信息传递的准确性，这时要采取的方式是酌情添加附加信息。也是一则广告：

《儿童时代》让你看到很多很多，

让你懂得很多很多，

让你学会很多很多。

这则广告中，除了重复主要信息“很多很多”外，还添加了不少附加信息“看到、懂得、学会”，其实三者都是一种意思，即可以“让你得到”，这儿连用了三个“让你……”保证了信息的准确性。日常会话中的“追加说明”也属于添加附加信息。如：

明天上午你来我这儿一趟，别忘了，明天上午。

后面一个“明天上午”就是附加信息，再重复一遍，突出了主要信息的传递。

(3)为了保证信息被理解，克服由于噪声等干扰造成的“损耗”，避免信息传递中的混乱，这时要采取的方法是加上一些冗余信息。冗余信息并不是多余的，在信息传递中作用很大，我们在下面一节还会讨论。下面这种对话在日常生活中是经常出现的。如：

——买两张五角钱的车票。

——五角两张，两块钱，找你一块。

售票员前面说的“五角两张”，其实是冗余信息，重复一遍买票人的话，可以把这个信息让买票人再确认一下，防止由于车厢里的噪声或其他因素的干扰，而使信息的传递失误。在介绍某一人的时候，我们常常会说：“这位先生姓周，周恩来的周”，后面部分可以说都是冗余信息，但可以使前面的主要信息保证让受者得到理解。

上述三种方式，有许多时候是综合使用的，例如《儿童时代》的广告，就是既重复主要信息，又添加附加信息，而且还有不少冗余信息，三个“让你……”组成的相同句式就是一种冗

余的信息。

3. 信息量计算公式中熵、冗余在语言运用中的作用

信息论创始人申农关于冗余的计算公式是：

$$R = 1 - \frac{H_{00}}{H_0}$$

其中 R 为冗余，H 为熵，即信息的不确定性，H_0 是理论上可能达到的最大信息量，H_{00}则为实际上可以达到的信息量。这个公式用文字表述，就是说信息的熵与其最大值的比值为相对熵，1 减去相对熵即为冗余。因此，信息的实际熵 H_{00}越大，冗余 R 的值越小；而当 H_{00}越小时，则冗余的值越大。如果说实际熵 H_{00}是对信息的不确定性、无序性、无预见性的计量，那么，冗余则可以认为是对该信息的确定性、有序性和可预见程度的计量。它的值与信息的实际熵成反比例：如果某信息的不确定性，无序性和无预见性越高，其冗余度就越低；反之亦然。熵与冗余虽然是信息计量中两种完全不同的概念，但在语言传播过程中如果能够合理地运用它们，是可以取得一定的传播效果的。

(1)语言运用中熵的功用。这种功用可以从两个方面考察。

a. 熵的新奇功用。熵值与概率的大小有关：熵值越高，概率越小，熵值越低，概率越大。因此，语言运用中对高熵值的追求，反映了熵的新奇作用。一种违反"情理、逻辑、习惯"的表达方式，一种违反语法规则但又不至于让对方听不懂的语

言表达，往往具有高熵值。因为这种"违反"，平时出现的概率很小，与受者对这种语言表达的预见和估计发生很大的偏差，不确定性增加，信息量增大。上海话中"不要太潇洒"一类的用法，最初就具有高熵作用。扩大点说，一部具有新意的作品，我们之所以说它"新"，就是因为出现的概率小，较之于平庸的、一般的作品具有更高的熵，更大的信息量。新写实小说盛行时，就因为它以小人物作为主人公，与以往常见的英雄人物相比，具有一种新意。高熵值必须在"新"上做文章。

b.熵的注意功用。注意是人们的心理活动对特定对象的指向和集中，它具有选择性。人类生活中通过传播每时每刻都有大量的信息进入感觉器官，其中只有少数才能引起大脑中枢神经的活动，如果不把大量的输入信息过滤掉，进一步的信息加工几乎是不可能的。而高熵值的信息能造成"耸人视听"的效果，用以唤起人们的兴趣，强化人们的注意力。例如新加坡航空公司某航班的一则广告：

首航于 1947，年龄仅为两岁。

乍一看难以理解，1947 年至今将近 50 年，怎么又是"年龄仅为两岁"呢？信息量显然很大。实际意思是该航线虽然通航仅两年，然公司悠久的历史足以证明其经验丰富，航班先进。广告商正以这种高熵值的语言，克服同类广告竞争时的"噪声"影响，以抓住受者的选择性注意力。

(2)语言运用中冗余的功用。冗余的功用可以从下面四个方面考察。

a.冗余的抗扰作用。冗余有助于克服信息传递中的噪

声。当传播通道发生故障,例如环境的嘈杂,听话人听觉器官有毛病等,都不得不促使传者把想表达的话语重复一下,打长途电话时我们经常会遇到这种情况。又如,同音词也是信息传递中的“噪声”,会干扰受者的正常接收,所以我们在自报姓氏或为人介绍时,常在姓氏后加一句。“我姓张,弓长张”、“这位先生姓郭,郭沫若的郭”,以增加信息的冗余度。再比如,广告在播出时经常重复,就是在传播方式中采取了高冗余度的处理,使广告克服接受上的干扰,使之真正地走进每个人的脑海之中。总之,具有较强排扰作用的信息总是那些重复的,并有预见性的信息,是那些冗余度很高的信息。

b.冗余的缓解作用。熵值信息的引进与大量运用,从信息论和传播理论的角度看,是具有进化和变革作用的。但是,高熵值信息又带有一定的滞阻功能。由于高熵信息是新颖的,独特的,会使接受者感到与以往的经验不相符,产生感情上的疏远态度,从而增加传播的难度。因此,一种完全出乎意料之外的,与期望相反的信息,它的传播事先往往要作一些特别的准备,比方说可以在事先以“预告”、“透露”的方式,也可以用先内部、后外部,先上层、后下层的方式逐级披露,来提高该信息的冗余度,从而缓解该信息的“冲击力”。再例如当我们向某人传播某种意外的、不好的消息时,也往往在说正式消息以前,先说上一些如“我现在有一事想告诉你,你听了之后要冷静些……”一类的话,以冗余信息来冲淡高熵值信息的刺激性,增强受者的心理承受能力。

c.冗余的交际作用。冗余的交际作用反映了冗余的社会

性功用，这主要表现在寒暄语的使用上。前面曾经说过，寒暄语具有感情信息，这是因为寒暄语本身所带有的信息，并不是为了在技术上解决什么传播问题，寒暄语所带来的都是冗余信息。但它却是对人和人之间的既存关系的维护和加强，正是由这种传播行为，将一个团体或社会凝聚在一起。交际性的传播是高冗余量的，但必须如此；因为它只是一种关系的维系，而不是什么新的信息。通常，人与人之间的习俗性的行为和词汇，大多是交际性的，这种用以巩固和加强社会性关系的一种冗余性的传播，我们可以称之为“礼貌”。冗余的交际作用保证了传播通道的开通，并使通道始终处于有用状态和使用状态。平时不注意维护这种通道，使之处于开通状态的人，有事求人时大多会感到失望。

d.冗余的认同作用。高冗余度的信息容易得到广泛的传播，这反映了冗余具有认同作用。这种认同又具有加强某种文化意识，群体意识的作用，还具有获得某种艺术效果的作用。从艺术角度看，凡是高习俗化的艺术，如民歌、民间舞蹈等，既具有交际性功能，同时也具有某种加强群体意识的功能；这种艺术中有很大一部分内容具有冗余性，然而就是这些具有冗余性的部分特别容易为这一群体的人们接受认同，民歌中的某些曲调，某些副歌，就是如此，这会成为凝聚这一群体的精神因素。而高熵值的艺术作品很难在一个群体中得到一致的认同，“曲高和寡”就是这个道理。再比如我们熟识的格律诗，尽管它的意境、意象方面具有较高的熵值，但在形式、韵律、平仄诸方面具有规律性，造成了体裁、形式上的高冗余

度，所以，对大多数人来说，格律诗易读，易记。可以这么说，格律诗的艺术效果很大一部分是体现在高冗余度的体裁与形式上的。

四、语法研究中信息量的问题

现代汉语语法研究中，与信息量有关的问题是很多的。信息量中熵的控制问题，即不确定性的控制问题，反映到句法平面上，主要考虑句子是否合适，即句子的不确定性应如何确认和控制，这包括词类之间的搭配功能问题，也就是词与词之间的互相制约的问题，以及这种搭配对句子的成立是否有影响等的问题。例如语法学界讨论得很多的“向”的问题，就是研究某一个词类在一定的句子结构中的对与之同现的成分的要求的问题，其实，这就是在讨论某一个词类对信息量的选择问题。又如，对句子的功能分类问题，也是从句子在传播过程中所承载的信息是否完备这一点作出区分，这也可以看作是对句子的不确定性的控制的讨论。上面两个问题，我们下面将作较为详细的介绍。其他还有：(1)时间量在句子中的作用。主要研究“时间”这种信息量在句子中的表现问题，涉及动词与副词、助词等的关系，例如“鸟飞”和“鸟在飞”、“鸟飞了”在时间表示上的异同，其中的规律是什么？(2)句子中修饰成分的研究，例如出现在名词，动词，形容词前的区别词、副词、方式词等，构成短语“男医生、最聪明、自动放弃”，这些修饰成分对中心语产生什么影响，有什么限制等，这个问题涉及

的是附加信息的信息量的问题。总之，信息量研究中，有许多课题等待我们去挖掘。

1."向"的研究

"向"也称为"价"(Valence)，这个词来源于化学，在化学中用它来表示原子在分子中结合或置换其它元素的一定数目。例如硫是一个二价、四价、六价元素，二价、四价、六价的区别在于与硫原子化合的元素的种类的不同。法国的语言学家 L·Tesnière 于 1959 年第一个系统地将这一概念引入语言学研究中来。在语言学中，这个概念所表示的是动词、形容词、一部分名词的一种支配能力，即它们在句子中对一定数量补足语成分的要求[17]。80 年代来，有关"向"的研究正在不断深入，并成为汉语语法研究的一个热点，获得了"配价语法"的称呼。汉语配价语法研究的内容主要集中在下面几个方面。

(1)"向"的性质。"小王送小张一本书"中的动词"送"在句中支配三个补足成分，即"小王"、"小张"、"一本书"，动词"送"是一个三向动词。但是，"送"的支配能力到底是受语义因素制约的呢，还是受句法因素制约的？换句话说，"向"究竟是一种语义范畴呢，还是一种句法范畴？这里的分歧反映了对"向"的性质应该如何确定的问题。有把"向"看成是一种语义范畴的，认为"向"研究的并不是对动词的及物、不及物的区分。及物与不及物虽然也反映了动词的支配能力，不过这只是一种句法问题，而动词的"向"是一种深层的语义结构，只是这种语义结构要求在句法平面上找出形式上的表现。所以，

句子中某一个词支配成分的从缺，指的是句子中某些语义成分的从缺，这种语义成分是不定位的。把“向”看成是语法范畴的，则认为动词的“向”就是动词组合功能的数量表征，动词的语义上的要求只有在句法结构中才能实现，从而才能计入“向”的指数。另外还有一种意见，认为“向”是与深层的“格”相似的一种属于认知上的概念，不和语义相关联的纯形式的句法“向”是不存在的，句法“向”是语义“向”在具体语言结构中的实现，语法研究中讨论“向”的目的是为了说明动词的支配功能，对“向”的解释应当是“句法—语义”的。持第一种意见的主要是文炼先生和范晓、廖秋忠等，明确提出“向”属于语法范畴的是袁毓林，在他的硕士论文《准双向动词研究》中提出过这样的观点，而持第三种意见的主要是吴为章先生。我们认为，动词的“向”是由语义决定的，考察某个词类的“向”，应该从静态的角度出发，这样能避免因动态的非语义的因素的影响，而使动词的“向”成为一种无法确认的东西。因此，在对单独的、一个一个的具体的词的“向”的考察，应该从其个体的词汇意义出发；而对一组动词“向”的研究，则应以句式义作为考察的基础，作为考察的句子是有意义而无内容，属于语言的句子而非言语的句子，从抽象的句子中提取出来的某一组词类的句式义的方法，仍然是在语义平面上进行，从静态角度出发的[16]。

(2)“向”的确定。“向”的确定是配价语法的关键问题。就汉语情况而言，朱德熙先生在 1978 年就曾经对“我切肉”和“这把刀我切肉”的问题进行了探讨，朱先生认为动词“切”在

前一句中是双向动词，在后一句中则是三向动词[17]。接着，文炼先生提出“切”即使在后一句中也仍然是双向动词，因为“切”在语义上只和“肉”和“我”联系，但与“刀”没有直接联系[18]。朱先生与文炼先生在这个问题上的争论，涉及了如何确定“向”的数目这个问题。如果认为在句子中只要出现了名词性成分，这些名词性成分都成为动词“向”的数目，那么下面句子：

我明天要在砧板上用这把刀替她切肉

中的“切”应该是四向、五向或者六向动词了，这样的推断显然是不行的。文炼先生等1990年又发表了《谈谈动词的“向”》一文，认为与动词同现的名词性成分，可以分成必有行动元，即动词在句中必需的，如不出现句子就不符合语法的补足成分；还可以分成可有行动元，即在一定语境下可以不出现，但又是动词在语义上所联结的补足成分；另外，还可以分出自由说明语，是与动词无语义上关系的，说明时间、处所、方式等的修饰语，它的数量是不受限制的[19]。因此，“我明天要在砧板上用这把刀替她切肉”的中“切”，用省略法来确定动词“切”的必有行动元，只有“我”和“肉”，组成“我切肉”，“我切肉”成为不能再缩略的必有成分，所以动词“切”要求两个必有行动元与之同现，是双向动词，而其他名词性成分都是可以省略的，属于自由说明语。决定汉语动词的“向”的是必有行动元和可有行动元。文炼先生对动词“向”的确定的方法，既承继了国外配价语法中的某些先进理论与方法，又针对汉语的特殊情况而使汉语的配价语法具备自己的特点。可有行动元的提

出，解决了汉语双向动词中的一个“向”，即传统语法中的一个“宾语”，在句中不一定出现这种特殊问题。汉语的及物动词在句子中并不是总带着宾语的。这样，双向动词既包括那些粘宾动词，这些动词的两个“向”都是必有行动元，如“姓”、“成为”等，也包括一般的所谓的及物动词，它的两个“向”可以是两个必有行动元，也可以是一个必有行动元，一个可有行动元。不过，这个方法也是有不完善的地方的，例如操作性不够强，可有行动元和自由说明语的区分较难等等。文炼先生之后，又有不少学者对“向”的确定提出过自己的标准，但都不能成为笼罩面大，操作性强，简单，妥帖的方法。“向”的确定是配价语法中最为关键的问题，因为它既涉及“向”性质的问题，更涉及对词类的具体的分析。

有关“向”的研究，还有许多问题值得我们探讨，例如除了动词之外的其他词类的“向”还研究得不够，一些特殊句式，如“被”字句、“把”字句中动词“向”如何确定的问题，兼向的问题，形式动词如“进行、加以、给予”等的“向”的确定的问题，都还有待进一步探讨。

2.句子功能的研究

以往的语法研究，所研究的句子往往是那些抽象的句子，书面上的句子。但是，如果我们将这些句子放到实际的语言交际中考察，就会发现其中的很大一部分是有问题的，这些句子所传达的信息量是不完备的，也就是说这些句子是不自足的。如“他站了起来”，听话人听了之后，总认为说话人只说了

半句话，这句话的后面还应该有另一句话出来。又比如“他吃”，在一般情况下这样的句子也是不说的，非得说“他吃了”才行，句子才算完整。没有完成的句子，是具有高熵值的句子，如何控制句子中由于高熵值带来的不确定性，牵涉到句子的交际功能。句子功能的研究只有引进了语用因素后才能进行，在语用平面上研究的句子才是具体的句子，动态的句子。句子功能的研究主要在以下两个方面展开。

(1)完句成分的研究。也就是对具有煞句作用的一些虚词的研究。上面所举的例子“他吃”不成句，要说“他吃了”句子才算完整；说“他来北京”话似乎还没说完，应该还有下文，但说“他来北京了”则显得话已结束。可见“了”具有煞句的作用。有人认为，“‘了’是实现体的标志”，动词加上“了”后，“语义上获得一种实有性质（成为事实）”[20]，所谓实现体，也就是句子的完成。除了“了”之外，“过”也有煞句作用，如“他来北京”不加上“了”而加上“过”，成为“他来过北京”，句子也已结束。有意思的是，作为煞句的“了”和“过”在位置分布上呈对立状态：位于句中的“了”不起煞句作用，位于句末的“了”才起煞句作用；位于句中的“过”起煞句作用，位于句末的“过”不起煞句作用。如下表：

	不煞句	煞句
了	他站了起来	他站起来了
过	北京他去过	他去过北京

再比方，语气词都有煞句作用。虚词的研究在语言学中有悠

久的历史，但以往很少从语用平面，从交际功能角度讨论这些虚词的作用。目前，全面地讨论完句成分的文章不是很多，但这是一个很有价值的研究课题。

(2)句子的功能分类。完句成分的研究说到底涉及句子的功能分类问题。上述“他站了起来”这句话没有完，在句子的功能分类上可以称做为“始发句”或“发端句”；“他站起来了”这句话已经说完，在句子功能分类上可以称为“后续句”。文炼先生在《句子种种——谈谈句子和语境的关系》（《中文自修》1986 年第 6 期）一文中，对发端句和后续句作出了区别，并举例“鸡叫”、“这本书我读了三天”这样的句子，如果作为发端句来看，都是不完备的；如果作为后读句看，则可以是完备的。例如有人问“什么东西在叫?”回答说“鸡叫”，这是一个无可非议的句子；同样，有人问“这本书你读了几天?”回答说“这本书我读了三天”，那么也是一个正确的句子。吴为章先生在《关于句子的功能分类》（《语言教学与研究》1994 年第 1 期）一文中，进一步把句子分成“始发句”、“后读句”和“终止句”三种，并认为在一个句群中，可以没有始发句，也可以没有终止句，但不能没有后续句。后续句不仅数量大，类型多，而且是传递信息的主要载体。更为赞赏的是，吴先生还为各种句式找出了形式标志，如后续句中，答句一定是后续句，“是……的”句式一般用作后续句，量词、数量词组作主语的句子，只能是后续句等等。

完句成分，特别是句子功能分类的研究，拓宽了传统语法研究的范围。有些语法问题的研究可以运用能否充当始发

句，或是否要继以后续句的方法来区分形似的语言结构，以显示句法、语义和语用上的细微差别。例如对“住了三年”和“住了三年了”不同的分析，就采用了这样的方法进行分析比较[22]，这是开展这类研究显示出来的一种应用价值。其次，这种研究对句子的理解也具有促进作用。例如后续句对预设的理解就很重要，因为任何一个始发句，它的预设往往不止一个，那么在具体的话语中，显示的是哪一个预设，往往取决于后续句。张斌先生的《句子的理解策略》（《中国语文》1992 年第 4 期）一文中也指出，能够起预测作用的语言单位，就有发端句和后续句。再次，这种研究还促进了话语分析的研究。话语分析的一个重要内容是“话轮（turn－taking）转换”，话轮转换才能保证会话的正常进行。那么，话轮转换的语言示意是什么，始发句和后续句、终止句的形式标志中，是否有始发性词语、终止性词语等问题，都很值得研究。可以这么说，句子功能的研究不仅有利于教学与研究，同时也具有方法论的价值。

注：

①参见桂诗春《实验心理语言学纲要》，湖南教育出版社，1991 年。

②参见桂诗春《应用语言学》，湖南教育出版社，1988 年。

③郭锦桴：《汉语声调语调阐要与探索》，北京语言学院出版社，1993 年。

④黄伯荣、廖序东：《现代汉语》（上），甘肃人民出版社，1983 年。

⑤同③。

⑥参见范开泰《语用分析说略》,《中国语文》1985年第6期。

⑦Leech, Svartvik: A Communicative Grammar of English, Longman (1975年)。

⑧此例与下例分别引自范开泰《语用分析说略》;程希岚《修辞学新编》,吉林人民出版社,1984年。

⑨老舍:《关于文学的语言问题》,转引自王希杰《语言的美和美的语言》,山东教育出版社,1983年,第89页。

⑩陈望道:《修辞学发凡》,上海教育出版社,1976年,第11页。

⑪叶圣陶:《认真学习语文》,《文汇报》1963年10月5日第4版。

⑫朱泳焱:《叶圣陶的语言修改艺术》,宁夏人民出版社,1981年,第14页。

⑬申农:《通信的数学理论》(A Mathematical Theory of Communication, 1949)一书的引言。

⑭以上论述见陈原《语言和人》,上海教育出版社,1994年,第150页。

⑮参见文炼、袁杰《谈谈动词的"向"》,《汉语论丛》,华东师范大学出版社,1990年。

⑯参见齐沪扬《位置句子动词的配价研究》,《现代汉语配价语法论文集》,北京大学出版社,1995年。

⑰朱德熙:《的字结构和判断句(上)》,《中国语文》1978年第1期。

⑱文炼:《词语之间的搭配关系》,《中国语文》1982年第1期。

⑲同⑮。

⑳刘勋宁:《现代汉语词尾"了"的词汇意义》,《中国语文》1988年第5期。

㉑郑怀德:《"住了三年"和"住了三年了"》,《中国语文》1980年第2期。

第五章　语 言 理 解

在传播行为中，以受者为中心的研究近年来得到了较大的发展。传统的传播学理论认为，受者接受信息的方式主要是“听、看”，或者是“听”、“看”并用。其实，“听、看”只是受者接受信息时对表层结构的一种直观处理，更重要的是对听到或看到的东西进行意义上的转变。因此，从认知角度来说，上述两个过程都可以看作是受者的语言理解过程。而且，随着传播学和心理语言学的发展，人们更进一步认识到，“语言理解除了建立意义过程（Constrution process）外，还有一个意义的使用过程（utilization process），这就是广义的语言理解”①，同时，受者的语言理解又会受到信息传递时情境的影响，以及个人的背景知识的影响，这种影响会使信息的接受产生一定的偏差。可见，语言理解是一个非常复杂的过程，在传播行为中具有特别重要的地位。

一、语言理解的心理过程

语言理解不应该是被动地接受语言刺激的过程，而是一个主动加工的过程。受者要将传者的愿望和意图编码为一定

的主题结构，在语言传播的过程中去建立意义。同时，受者在建立意义的基础上，又会生产一些相应的言语—认知活动。因此，语言理解的心理过程应包括下面三个部分，即表层结构的知觉过程，深层意义的建立过程，接受认知的反应过程。前两个过程合起来又称为构造过程，后一个过程又称为使用过程。

1. 表层结构的知觉过程

表层结构的处理包括对语言形式的处理，即对“听”到的信息的接收和对文字形式的处理，即对“看”到的信息的接收。这个过程的主要工作是进行语言识别，而语言识别主要通过知觉加工。研究知觉加工可以从不同的角度人手：认知心理学主要研究知觉的性质及机制、过程的构造等问题，而传播语言学则把这种语言识别看成一个信息加工过程，着重讨论影响加工的因素，即影响识别的因素等问题。

(1)语音形式的识别。认知心理学认为，在“听”的过程中，语音信号不是简单地依次地“流”过受者的认知系统，而是在认知系统中获得进一步的加工。受者接收到语音刺激后，先要进行初步的分析，找出语音的音位学特征，进行编码，然后再依据记忆系统中有关语音的知识，对信息进行整理、分类、归并，完成对语音信号的识别[②]。在这样一个知觉加工过程中，对语音形式的知觉会受到诸多因素的影响，如上下文关系，语重，韵律，语速，噪声等，就汉语情况来说，其中较为重要的是：

a.语音规则的影响。人们在知觉语音形式时，总会按照自己所熟悉所了解的语音规则去辨别。例如，在汉语的声韵拼合规律中，不可能有[pou]和[puŋ]这样的音节结构，因此，只要听到了[p]和[o]这两个音素，就只能理解为是“玻”[po]，对上述[pou]这样的“语音串”会自觉地加以“拒认”，认为是不符合汉语语音规律的。同样，在普通话的一些音节中，四声里只有两个声调发生对立，如“堆”和“对”，是 duī 和 duì，即阴平和去声的对立。这样，当听到“dui”音节中出现了阳平和上声调时，也会认为这是不可能出现的。国外心理学家曾作过这样的试验：左耳和右耳分别呈现两种错误的语音刺激，但被试者经过合成，会理解成一个综合二者的正确的语音形式。用汉语作例，我们可以在被试的左耳输入“kú”，在右耳输入“sǔ”这两个错误的音节，然而被试会最终认为这个音节应该是“sú”(俗)或者“kǔ”(苦)，可见，在知觉语音时，要受到语音规则的影响。

b.语法规则的影响。在噪声干扰的情况下，语音识别的正确率与语法规则的正确成正比。下面三个句子：“爸爸正在吃饭”、“吃饭正在爸爸”、“爸在吃正饭爸”，在相同的噪声干扰下，第一个合乎句法的句子的语音识别率最高，第二个句法规则不正确的句子，语音识别率居中，第三个不符合句法规则的句子语音识别率最低。可见，语法规则在语音知觉中是有积极作用的。人们可以根据句法、语义方面的信息，来预测后一个单词语音出现的可能性。另外，置身于语法规则正确的句子中的一个单词比起孤立的单词的语音识别，其正确率要高。

国外有学者作过试验，前者的正确率大约在 70%，后者的正确率只有 40%[③]。

c. 声调影响。赵元任先生曾经说过，“声调是使汉语特别适宜于物理通讯的要素之一”，“至于语言的传递，以声调作为载体比元、辅音优越，便利在嘈杂的环境里传送”[④]，声调在汉语传递过程中具有很强的抗干扰能力。这主要表现在即使有很强的噪声的干扰，以及在语言失真的情况下，声调仍能保持很高的清晰度。然而在同等的条件下，声母、韵母的清晰度却要受到很严重的损害。可见，声调准确与否会影响语音形式的知觉。例如在同等条件下，让一个普通话声调基本准确的人和一个不完全掌握汉语声调的外国人，说同样一句话，那么前者的语音识别要容易得多。以往国外语言学家、心理学家对这一点研究得很少，因为英语只靠元音、辅音来表达信息。

(2)文字形式的知觉。对“看”到的信息的接收同对“听”到的信息的接收并非完全一样，这种不一样非但表现在接受信息的通道的不同上，也表现在信息的承载体的不同上。西方语言学家和心理学家也研究字母和单词的识别，但印欧文字与汉字的性质完全不同，所以他们所作的结论也并不完全适合于汉字的知觉过程。因此，讨论汉语的表层结构的知觉，必须注意到汉字的特殊性。首先，汉字是一种表意文字，汉字的字义会和单词的词义发生纠缠；其次，汉字是方块字，存在着难认、难写的缺陷，同时，汉字又有许多异体字，还有繁体、简体之分，都会给汉字的识别带来困难。从汉字的特点考虑，影响文字知觉的主要是下面几个因素。

a.字形的影响。我们在“语言符号的冗余性特点”一节中，曾谈到过省略了一部分笔画后，在语句中汉字都能得到较好的恢复。汉字的冗余度较高，所以印刷模糊、残缺笔画或遮去一部分字体，汉字仍能认读。但省略与汉字的辨认率成反比，省略越多，辨认率越低。大批的常用汉字的简化，使汉字的形差度有所降低，像“没”和“设”，“厉”和“历”，会造成识别上的困难。再比方，汉字的笔画、笔顺与印欧字母相比，要复杂得多，后者呈现先左后右的一维结构，而前者则有左右、上下、内外三种基本位置的排列组合而成的三维结构，显然三维结构更有利于人类的识别。不过，笔画的随意简略与字迹的潦草，会直接影响识别的准确率。

b.字义的影响。汉字是表意文字，从汉字的形体上可以看出这个字表示的大致意思。字义对单词的识别的影响在于字义与词义是不对等的，这里就有好几种情况需要分辨。第一种情况是字义等于词义，如“山、大、高、思想、增加、温暖”等都是。第二种情况是字义不等于词义的，这里又有许多不同的类型，例如有词的义项的不同，“大家≠大的家”、“小学≠小的学校”、“白卷≠白色的卷子”；也有词的古今义的不同，如“健步，健谈”中的“健”、“徒步、徒然”中的“徒”要理解成“善于”和“无所凭借”的意思；还有通过修辞方式构成的词，从典故中流传下来的词，字义和词义也都不同，如“桂花、桃李、鱼肉、染指”等。因此，“望文生义”会造成识别上的失误。

c.上下文语境的影响。国外心理学家曾把下列一组词：nurse、doctor、bread、butter 分别进行二二搭配，然后呈现出

来，要求被试尽可能快地读出每个词。结果表明，当二二搭配是有意义上的联系时，即 nurse 和 doctor，而 bread 和 butter 在一起时，识别的速度最快，可见，语境信息会促使单词的识别。以汉语作例子，同样可以得出相似的结论。假设有一个句子“我们在一起度过了非常欢乐的时光”中，如果遮去“乐”字，绝大多数人在阅读时可根据句子的意思，将“乐”字补出；如果是“今年春节，全家人欢聚一堂，我们在一起度过了非常欢乐的时光”中，将“欢乐”二字遮去，大多数人根据上下文的意思，也都能补出“欢乐”，或和“欢乐”意思相仿的词。上下文语境能激活受者的联想，从而准确地进行识别。

2.深层意义的建立过程

乔姆斯基转换生成语法诞生之后，曾有人认为人们在理解句子时，就是将表层结构转换为深层结构，从而建立起句子的语义。然而，从认知心理学的角度观察，转换与理解之间并无直接的关系。因为如果按照转换生成语法的理论，人们必须在听完句子后才能开始分析句子，但事实上的情况却并非如此。在传播过程中，人们总是一边听，一边分析一边理解的。另外，有些句子，如果从转换的角度来看，似乎十分复杂，但在理解上却不很困难，也无须花很多时间，这也说明心理上的活动与语言上的分析并不完全是一回事。传播语言学认为，句子的理解必须在表层结构的知觉过程之后进行，通过对语音和文字这种语言的物质外壳去进行编码，即从整个传播行为看是受者的解码，达到对意义的确切把握。这里的“解

码”就是句法分析和语义分析。传播语言学要研究“解码”过程中需要运用的若干策略。

(1)句子结构分析时常用的策略。在理解过程中,受者往往运用一些策略,对句子结构进行适当的切分,这种心理策略其实就是指句法策略,最常见的有下面两种:

a.动词策略。理解过程中的每一个词,不但具有语义信息,还同时具有句法信息。利用句法信息可以构造、预料有关的结构,这在动词上表现最为明显。从汉语来说,有的动词不能带宾语,如“休息、游行、咳嗽”等,有的动词要永远带着宾语,如“进行、具有、加以、姓”等,有的动词可以带两个宾语,如“送、还、递、教”等。有的动词必须带体词性宾语,如“修理、补充、捆”等,有的动词只能带谓词性宾语,如“主张、值得、禁止、渴望”等,有的动词则两种性质的宾语都能带,如“喜爱、讨厌、担心”等。搭配上比较简单的动词只能适用于一种或少数几种语境,出现在少数几种句法结构中,对句法结构的限制就大,理解起来也就容易些。反之,对句法结构的限制小的话,理解时就很难确定其句子结构的类型,也就需要作出更多的加工处理。例如“打、做、搞”一类动词就比“吃、写、走”一类动词复杂,因为前者对后面部分结构的确定性小。

b.功能词策略。汉语的功能词包括数量词、代词、副词、介词等等。在理解过程中,人们一旦遇到一个功能词,就可能知道这将意味着一个句子成分的开始,大部分还能表示出句子成分的类型。例如,我们看到一个数量词,说明一个句子成分开始了,它后面的词语就属于这个句子成分,这个句子成分

是名词短语。所以，我们可能预测数量词的后面总是呈现出一个名词，而名词的出现则又标志着这个句子成分的结束，如“一个”后面往往是名词“人、包、苹果、杯子”等等。同样，如果我们看到一个副词，就可以预测到它后面的词是动词或形容词，这个句子成分是动词短语或者是形容词短语，如“不”后可以是动词“干、走、吃”等，也可以是形容词“好、漂亮、舒服”等。不过，功能词策略在英语和汉语中的作用不是相等的，因为汉语的句子成分与词类之间缺乏一一对应的关系，因此，运有功能词策略，只能说大致可以预测出这个短语的功能类型，而不完全能预测出这个“句子成分”的类型。

(2)语义分析中常用的策略。语言理解过程中，进行句法分析固然重要，但运用句法策略在有些情况下并非完全行得通，因为有些话，特别是由语音形式表现的“话”，不一定合乎语法，然而却不会造成理解上的困难，例如：

到火车站怎么走从上海师大？

我已经还了把图书馆的一本书。

可见，在理解句子的过程中，除了进行句法分析外，还要借助一定的语境进行语义分析。语义分析是句子理解的另一种加工过程。常用的策略有下面两个。

a.词义策略。在语言的理解过程中，受者可以利用各个词的词义特点，将它和句子中其他词的词义联系起来，看它们之间存在什么关系，从而构成一个前后连贯的意义。也就是根据语义上的信息去猜测句子的意义。我们可以只依据句子中的几个实词，就把句子分析成各个组成成分，并建立它们的

深层命题。例如我们只听到“吃”这个动词和“人”、“饭”这两个名词，三个词的次序随意排列，可以有各种不同的结果。有的是合乎事实的句子（如“人吃饭”），有的是非事实的句子（如“饭吃人”），有的不是句子（如“吃人饭”，“饭人吃”）。大多数人都可以将这三个词的组合理解为“人吃饭”。之所以会作出这样的理解，很大程度上是根据语义来决定这三个词构成的意义：将有生名词作为动作的发出者，无生名词作为动作的接受者。如果动词前后的两个名词都是有生名词的话，例如“狗”和“狼”，而这两个词都既可以做动作的发出者，又可以做动作的接受者，可以是“狗咬狼”，也可以是“狼咬狗”，那么，在理解过程中就要困难一些。

b.语境策略。语境是语义分析的一个主要因素，在某种程度上会限制语句的语义关系，对于理解也会产生重要的影响。在传播行为中，没有语境或上下文的语言符号几乎是不存在的。语境可以帮助人们寻找恰当的语义关系，对句子作出合理的解释，可见人类所接受的语言刺激与有关的客观世界具有非常强烈的相互影响。某些词在一定的语境下具有一种意义，在另一种语境下又具有其他的意义。例如唐代的诗句“夜半钟声到客船”中的“到”的意思，可以解释为“送到”，即“夜半钟声送到了客船”，也可以解释为“到达”，即“夜半钟声之中到达了一条客船”。张斌先生曾对这句话作过解释：“单就句论句，两种解释都说得通。然而诗的题目是《枫桥夜泊》，说明船是停在桥边的。既然如此，这就限定了诗句的含义，即钟声传送到了客船”⑤。语境策略除了有上述两种帮助指定

歧义词，帮助对词义作出不同理解的作用外，还能起到加速或延缓词汇检索的作用。在熟知的语境下，哪怕听到几个词，也可以将它们全部串联在一起，构成一个相当完整的句子甚至语段。

要注意的是，上述所说的策略只是句法分析和语义分析中常用的几种，其他的策略还很多。同时，在深层意义的建立过程中，句法分析和语义分析是紧密相连不可分割的两个方面。二者都起到相当重要的作用：只有语义分析没有句法分析，不能够完成对句子的理解，表层到深层的转换将缺乏表达的形式；只有句法分析也不能独立完成表层向深层的转换，也必须有语义分析的参与。认知语言学的最新研究甚至力图表明，句子理解过程中并不存在独立的句法和语义分析模块，句法信息和语义信息是以一种并行的方式同时加工的。不管是相互独立，还是同时加工，二者的紧密联系则是客观存在的。

3. 接受认知的反应过程

在理解过程中，完成从表层向深层的转换，从而建立起意义来，这只能说是一种狭义的理解，广义的理解还包括根据对话语的理解而采取行动这一个使用过程。这种行动有时是明显的，例如听到一个问题，就会想到为问句提供答案；这种行动有时是隐含的，只是把听到的信息存到记忆之中。一般来说，使用过程都要经过下面几个阶段：(1)对话语进行辩认，分析话语所属的言语行为，话语传达什么信息；(2)在记忆中寻找与已知信息相配的信息；(3)根据言语行为的要求，决定对

待新信息的方式。有关言语行为的问题，我们将在“语言传播的类型”一章中加以分析，这里主要讨论下面两个问题。

(1)受者的语言理解中的使用过程与传者的语言运用相比，有下列两点的区别。首先，理解过程中的使用具有被动性的特点，不像传者的语言运用，完全可以根据传者的习惯、爱好，根据信息传递的需要，传者有足够的主动性去驱使自己，采取不同的语言手段。但受者的使用则是一种接受认知后的反应，只能根据传者发出的语言信息的要求，作出相应的反应。这种反应大致有这么几种：a.如果传者所说的话是一个判断句，那么受者可以将这个新的信息存在记忆中；b.如果传者所说的话是一个一般疑问句，受者可以将疑问句中的信息与自己记忆中的信息相比较，根据二者匹配的情况，作出“然”或“否”的回答；c.如果传者所说的话是一个特殊疑问句，受者将从疑问点“什么”、“哪里”、“谁”、“什么时候”处获取信息，然后从记忆中探索可以回答疑问点的信息，作出对疑问点的回答；d.如果传者所说的话是一个祈使句，比方是一个请求，那么受者就必须从记忆中检索对于这种请求，什么办得到，什么办不到，然后再采取必需的行动去实现这个请求。其次，理解过程中的使用具有命题性的特点，这一点我们在语言运用一章中曾有所涉及，所谓命题化，就是说理解过程中的使用必须和传者的语言运用保持同步运行：有“问”才有“答”，回答必须围绕着问的主题进行，否则就是“文不对题”。格赖斯的会话原则同样适用于理解过程中的使用。对这个原则的贯彻也必须围绕着传者以“命题”进行。例如“量”的原则要求受者给传

者以恰当的信息,过多过少都是不该的;"质"的原则要求受者所回答的必须是真实的,是传者命题内容范围内所需的信息;而"关系"的原则本来就要求不论传者还是受者,所说的都要与话题相关;"方式"的原则也要求受者作出的反应,受者采取的语言对策都必须与传者的命题有关。

(2)受者语言理解中的使用过程中的执行,依赖于三个原则。一是合作的原则,即上面所说的会话原则。二是现实的原则,我们第四章有关章节也曾经讨论过,即受者的理解句子时,要相信传者所传达的信息是有意义的,是真实的,这样,受者能逐步地建立起一个与环境相同的心理模型。第三个原则是一致性原则(congruence principle),这个原则支配受者从记忆中检索信息:如果所检索到的信息与传者的信息相符,就取出这个已检索到的信息;如果不相符,则花费多一些的时间和精力,去继续检索。到记忆中检索相一致的信息是使用过程中的中心环节。

记忆中原存储的信息,大多数都经过整理、类化,形成了一定的组织。在认知心理学中,这种组织称为图式。图式有各种各样的具体形态,但它们的基本结构和功能是共同的。常见的图式有:a.事件图式。我们平时所熟悉的日常活动或事件,是由一个个更小的子事件组成,某类事件的子事件和子事件之间的关系和所发生的步骤,是大致固定的。这样,人们可以把这些知识储存在头脑中,当传者谈及这类事件时,受者就能明白它的涵义。事件图式将保存两方面的信息,一是清单性信息,在某种情况下会发生哪些信息;一是结构性信息,

即各子事件间有何关系。b.场景图式。关于某一类情景发生的地点或场合的知识结构称为场景图式，这种图式是一种等级层次结构：每一场景包括若干部分，每一部分又有更为详细的内容。另外，在同一层次的各个部分之间，存在着丰富多彩的空间关系，如上下、左右、内外，相邻等，一个部分可以跟同一层次或不同层次的许多部分发生联系。这种图式的信息组织程度比较高。对这样图式的记忆也比事件图式好。c.角式图式。每一个人在社会上都因不同的年龄，职业，身份，而扮演不同的角色，每一种角色都是有相对稳定的特点，他们在某种情境下会干什么，会怎么干，也是相对稳定的。将这些方面的知识聚合在一起，就形成关于这类人物的角色图式。这种图式涉及内容广，不容易找到一个简明统一的结构方式。当然，在传播过程中，所谈论的事情往往同时涉及这几方面的知识。总之，理解必须由记忆中已有的信息系统所支撑，在图式所提供的有关信息的框架中，受者才能对传者的信息作出反应。

二、语言理解中的选择性因素

正在进行传播活动的传、受双方总是处在不断的互动之中。受者的主要行为是接受传者发出的符号化了的信息，然后对这些信息进行读解并作出反馈。然而，受者并非是毫无选择地完全接受传者所提供的所有的信息符号，尽管传者的愿望是让自己所传出的信息能被百分之一百地接受。许多学

者指出，受者在接受信息时有一种倾向，在可能的情况下，他们总是选择自己感兴趣的信息，而忽略自己所不感兴趣的信息。而且，每一个人在接受信息传播之前，已经有了自己对事情、意见的看法，当遇到与自己所想不同的信息时，很自然地会误解或曲解这一传播内容，以适应自己原先的看法，甚至可能把传者传来的信息立即忘掉。这种行为在传播学中被称为"自选性"(self－seleciton)行为。语言理解中的"自选性"行为包括以下两个内容。

1.认知的选择性

信息传播过程中，受者接受信息，主要涉及下面两种选择性认知因素，即注意和理解。

(1)选择性注意。我们前而已经说过，既然注意是心理活动对一定对象的指向和集中，那么注意的指向性和集中性决定了它的选择性。受者对收到的信息刺激总是作出有选择的反应，总是注意那些与自己固有观念一致的，或自己需要，、关心的信息，而不注意或回避那些不符合自己观念或需要的信息。影响注意选择的有结构性因素，即信息的形式因素，也有功能性因素，即信息的内容因素。在语言传播中，从结构性因素来说，受者容易注意表现形式比较独特的信息。例如口语交谈中，对方正常语速中夹杂着的快速的一段话，细声细语中夹杂着慷慨激昂的一段话，都特别容易引起受者的注意，这是因为信息的表现形式具有强烈的对比度的缘故。再比如，一般人对事件的叙述总是采用陈述的句式，但如果用一连串的

疑问句式引出一个事件来，如“你不觉得他近来的行为有些反常吗？你不认为他的眼神有点奇异吗？你不感到这儿的空气都有点紧张吗？”那就非常容易引起受者的注意，这是因为信息的表达形式是有强烈的新鲜度的缘故。由文字表达的信息，同样也是那些具有高对比度和高新鲜度形式的容易通过受者的注意。例如报纸上的通栏大标题，马路边上高大的广告牌，都是信息刺激对比度的表现或运用。而报纸的偶尔套红印刷，则表现出信息刺激的新鲜度来。上面所说的结构性因素虽然能影响注意的选择性，但与功能性因素相比，就显得不那么重要了。如果信息不符合自己的观念或需要，即使在信息的形式上再加强刺激，也不会引起受者的注意。不喜欢、不需要的信息，受者往往是视而不见、听而不闻的。影响注意的功能性因素也可以分成两类，一类是长时因素，一类是即时因素。长时因素主要受受者的信念、价值观念、伦理观念等心理因素的影响，这种影响表现为在一段较长时间内对某一类信息所采取的态度上。例如，一个相信迷信的人，就会对旧式日历上所记载的所谓“今日大宜”、“今日大忌”一类消息特别关注，而一个不相信迷信的人，日历上的这些“宜、忌”之类信息根本不会引起他的兴趣，他注意的只是日历上记载的月、日和星期等。有关这个问题，我们将在下而一节作较为详细的论述。即时因素主要与受者在接受信息时的心理需求有关。当电视里播放出下列广告“夏日炎炎难入眠，佛顶山鸿运扇伴你度过炎热的夏天——柔柔的风，甜甜的梦”时，如果受者当时正处在想购买鸿运扇的时候，那么一定会对这则广告特别

注意，而且还会对其他有关鸿运扇，甚至其他风扇的广告、介绍、消息都会加以特别的注意；如果受者不想购买这类商品，他所做的往往只是对信息的匆匆浏览一番，不可能对信息作出选择的反应。

另外，选择性注意还和"知行不和谐"理论有关。所谓"知行不知谐"是指人的行为态度不一定完全一致，这种不一致会造成心理失衡。而克服心理失衡，就要寻找有助于支持自己的信息，也就是会有选择地注意这种信息，然后以此来恢复心理平衡[⑥]。从传播语言学角度看，其实这也是一种即时因素的影响。所以受者在心理失衡的情况下，特别容易接受支持自己的信息，这好比狐狸吃不到葡萄一样，如果当时有人也说葡萄是酸的，那么狐狸一定会对这样的信息表示高度的重视。这是一种心理失衡时的需要，而这种需要也是即时的，短期的。

(2)选择性理解。在 $m=m'=m''$ 公式里，如果最终的结果是 $m''=m$，传播的效果自然最好。然而事实上，受者要将信息完全还原为传者所传播的意义，是难以做到的，因为受者的理解是一种主观理解，一种选择性理解：对某一个信息，不同的受者可以分别有甲、乙、丙、丁……特定的理解。影响受者选择性理解的因素，也同上述选择性注意一样，有结构性因素和功能性因素两类。从结构性因素看，受者会按照习惯(habit)去选择理解的内容。这儿的习惯主要指语言习惯。例如汉语不同方言区的人，在理解用汉语普通话传播的信息时，会受到各自方言的影响。一个北京人和一个广东人，在听

到“我给一本书你”这样的话时，广东人不会觉得奇怪，因为粤方言中的双宾语句就是采取这样的方式表达，按照广东人的语言习惯，很容易接受这个传播内容。但北京人则很有可能加以排斥，在北京人看来，这样的表达与自己的语言习惯是相悖的，这样的句式是不好理解，不能接受的。另外，从结构性因素看，受者还会按照易得性(availability)去选择理解的内容。易得性可以看做是受者掌握某种语言的熟练程度。例如，同一信息内容，如果用不同的语言符号去表示，再让操不同语言的人来阅读理解，显而易见，母语所表达的内容最容易通过受者的选择性理解这一关。从功能性因素看，受者会按照效用性(utility)来选择理解的内容。对于受者来说，能立即见效的目标才是首要选择的对象，受者总是把能帮助自己解决困难的传播内容作优先理解。例如，某个人身体不适，那么对针对他的病的有关信息他都会十分注意，对这种信息的理解也显得特别主动。一个人每天要接受大量的信息，不可能全部接受，大部分传播内容，受者都是忽略过去的，只有与自己有密切关系的，才会引起他们的反应。

选择性理解与一般的认识活动相仿，选择性理解某一信息内容时，受者所理解的虽然往往是一个事物，一个事件的某个“局部”，但这个“局部”又总是与受者头脑中已有的“全体”，紧紧联系在一起的。因为客观事物都是互相关联的，是处在一个结构中，层次分明，相互连接的，没有一部分是完整独立的，因此，受者所理解的“局部”与头脑中的“全体”有明显差异时，就会产生强烈的对比；如果相差细微，则又可能产生同化

的情形。例如，我们听到说“日本料理屋”，就会联想到日本菜的清淡的特点，就会想到生鱼片，黄酱汤等菜。如果接下去介绍这家店的情况，与我们所想的差异不大，那么很容易理解；如果被告知这家店主要卖中国热炒，那么这家店就显得过于突出了。

广义的选择性理解还包括选择性记忆。因为事实上，理解和记忆之间，很难将二者作出全然区分。通常，受者把合乎自己习惯、兴趣、意愿，有利于自己的信息，都会力图加以保留记忆下来，反之则尽快地忘掉。能留在记忆中的信息大多也具有习惯性、易得性和效用性的特点，不过更重要的则是兴趣在起作用。在理解之后，是否能确实地记住，是难以预定的。然而，传播学家、心理学家通过实验表明，合乎受者兴趣的信息，尽管相隔时间很长，但仍然可以多少留下点印象⑦。例如喜欢足球的人，若干年后他还能说出某个足球队的一些队员的名字，而其他不感兴趣甚或不怎么感兴趣的事，即使相隔时间不长，也可能忘得一干二净。

要注意的是，上面所说的认知上的选择性的两个方面，或许可以适合一般受者的解释，但是不可能将全部受者的情况包括进去，并且不能说在所有的语言传播的情况下，每一个受者的认知也必定如此。这说明，处于与传者相对一方的受者，在信息传播过程中，并不总是完全被动的：每一个受者都是“顽固”的人，都有自己的兴趣、主张和意见。当然，选择性并不排斥接受与自己意见相冲突的信息。

2. 态度的选择性

受者对于传者及其信息内容的态度是决定传播效果的一个重要因素。我们将从下面三个方面讨论态度的选择性问题。

(1)影响态度选择的几个因素。主要有下面几点：

a. 权威因素。传者的权威性很能影响受者接受信息时的态度。所谓权威性，是指下面三个方面：Ⅰ. 权威是否有价值。表现在权威对所谈事情的精通程度上，也表现在权威的身份和信誉上。语言理解过程中，有一个参数是“信任度”(trustful limit)。信任度是指受者对信息的承认或倾向，权威价值的高低将直接影响信任度的高低。Ⅱ. 权威是否具有代表性。人的身份会随着问题的变化而变化，在某种角色中一个人的身份也许很高，在另一种中也许很低，传者的权威性会因为环境的变化而有所不同。“请不要抽烟！”这句话由 A 和 B 两人说出，尽管 A 和 B 两个人都有很好的信誉和很高的身份，但对于受者来说，作为医生的 B 比作为政治家的 A 说出这话来更能让人信服。Ⅲ. 权威是否具有“熟悉性”，这儿的“熟悉性”是指只能对受者有正面影响，而非负面影响。因此，如果传者是受者所熟悉的人，那么对传者的信任度会大大增值。在解决某种疑难问题，征询某些意见时，一般人总是找先熟悉的人商量，就是权威的熟悉性的表现⑧。

b. 行动因素。行动是指受思想支配而表现在外面的活动，但从另一面说，行动也能支配态度，影响态度的选择性。

这种影响有两种表现形式:其一,受者在传者的语言信息传出之前,已经选择了自己的观点。心理学的研究表明,自己选择的观点和强加的观点,制约着人们信奉的程度。强加的观点是指与受者已选择的相悖的观点。例如,受者听到"我买了一台功能很好的金鸡牌全自动洗衣机"的话,倘若在听到这句话之前,受者自己也认为这种洗衣机很好,于是会很快地将这个信息接受下来,存在记忆之中。倘若已经有"这种洗衣机极差"的观点,那么对上述信息就会持排斥态度,增加接受的难度。倘若受者在听到这句话之前,不持任何观点,就会将这句话作为正常信息对待。其二,受者在传者传达信息之前,已经采取过某种行动,那么,对与这个行动有关的态度,观点就要比行动之前更为信奉。如果受者已经戒烟,那么看到"吸烟有害健康"的广告时,自然会抱着更为相信的态度。

c.言谈因素。言谈因素是指受者曾经说过的话会对其接受信息时的态度产生影响,人们对自己已经公开表示或者宣布过的观点比公开宣布之前更为信奉。例如,受者已经向人谈到过开会不能迟到的话,这样的话尽管在受者的心里早已形成了一种观点,但是,在听到领导宣布"不能迟到"这个信息时,因为自己说过同样的话,所以对领导"不能迟到"的接受执行要比未说过这样的话之前主动得多,再要改变"不能迟到"的观点也比未说过这种话之前要难得多。

上述对受者态度影响因素的分析表明,受者是否有正确的概念,足以影响传播的目的。反过来说,作为语言运用的传者,减弱受者的不尽正确的观点,或者强化受者初步形成的正

确观点，将成为他们追求语言传播效果的一个重要手段。

(2)态度与信息量。受者的态度影响信息量的选择。假设下列一条数轴：



正数表示受者对传者所传达的信息持肯定态度，负数则表示受者对传者所传达的信息持否定态度。又假设0为中间态度，1～5分别表示态度的“轻微”和“极端”的不同程度，A、B、C则分别表示不同的受者所持的不同态度。受者A对传者的所传信息持极端否定态度(-4)，受者B对信息持中间态度(0)，受者C对信息持较肯定态度(+2)。这三人如果都听到传者某一个持极端肯定态度(+4)的信息，尽管传者的观点在客观上是属于同一种态度的，但在那三个人的心理上会引起不同的估价。A与传者的信息相差8度，会认为传者的观点与自己的相距过远，从而认为传者的信息似乎在(+5)上，所以对这信息会产生强烈的对立情绪，从而增加接受的难度。而受者C因为与传者的观点相距不大，因此他会认为传者的信息与自己的立场相近，于是会把信息估计为(+3)上，在接受上便觉得特别容易。只有受者B因为持中间观点，所以能较客观地估价传者的观点，将其恰如其分地看作为(+4)。从认知心理学的观点看，上述受者A的行为是受到“对比作用”的影响，而受者C的行为则是受到“同化作用”的影响。对比作用扩大了双方观点的差距，增大了差异性；而同化作用则缩小了双方观点的差距，增加了一致性。

对比作用和同化作用会对信息量的传播产生影响。在对比作用下，信息量的接受会呈现减值趋势；相反，在同化作用下，信息量的接受会呈现出增值趋势。信息的减值和增值虽然也有语义上的原因，可以从传者与受者对能指及所指的对应关系的不同理解产生分歧，例如一些歧义词语，歧义句式的理解上的分歧。但大多数信息量异常是发生在说话双方背景知识完全不同的场合下，大多数情况是由于态度的不同，对传者的观点采取拒绝或赞同而造成的。“喝些酒对身体是有好处的”这样的信息，其中“喝些酒”应该理解为“少许喝些酒”、“偶尔喝些酒”的意思。但在不同的受者面前，所传递的信息量决然不会相同。对于拒不喝酒，或者因喝酒而导致身体变坏的人来说，会认为这种话不可信或者不好理解，传者的观点得不到受者的承认，不可能引起受者的注意，会产生怀疑，增加了信息的熵值，信息传递受阻，信息量无疑会大大减值。相反，对于常喝酒或者十分喜欢喝酒，身体强壮的人来说，又会认为这种话能适合自己的观点，在接受上毫无困难，甚至可以把“喝些酒”理解成“喝酒”，这无疑改变了传者原有的意义。但从受者角度说，这样的信息由于与自己的观点相同，冗余量增加，信息的传播不会受到什么阻碍，信息量当然得到了增值。

(3)态度结构规律。信息传播的最基本的构成要素是传者，受者和信息，受者对传者的态度和受者对信息的态度一起组成态度结构。态度结构可以分成平衡结构和失衡结构两种。平衡结构表现了受者在不同情况下心理状态是一致的，

没有受到"行知不和谐"理论的干扰。而失衡理论则表现出心理状态的不一致,反映了受者的内心冲突。平衡结构的情况可以用A表和B表表示:

受者	+	−	+	−
传者	+	+	−	−
信息	+	−	−	+

A表

受者	+	+	−	−
信息	+	−	+	−
传者	+	−	−	+

B表

A表表示受者对于传者的态度以及由对传者态度引起的对信息的态度。例如传者传出"我认为小王是个好人"这个信息,受者如果对传者持肯定态度(+),当传者对这个观点也持肯定态度(+)时,受者也认为这个信息是正确的(+);但是,如果受者对传者持不相信态度(−),那么,传者即使对观点持肯定意见(+),受者也会认为信息是错误的。相反,如果传者的信息是"我认为小王不是个好人"时,受者对信息的态度则可表现为(+)、(−)、(−)和(−)、(−)、(+)。按照B表,受者对信息的态度同样会影响对传者的态度。如果受者对"小王是个好人"这个观点确信不移(+),那么,如果传者对这个观点也持肯定态度(+),则受者对传者也持肯定态度;但是,如果传者对这个信息持否定态度(−),那么受者对传者也持否定态度(−)。相反,如果受者认为"小王是个好人"是不正

确的观点，那么受者对传者的态度会有(－)、(＋)、(－)和(－)、(－)、(＋)两种表现。

失衡结构的情况可以用C表表示：

C表

受者	＋	＋	－	－
传者	＋	－	＋	－
信息	－	＋	＋	－

C表中前面两种情况表示受者对传者虽然持肯定态度，但受者对传者的观点，例如"我认为小王是个好人"恰恰持不同观点，认为"小王不是个好人"；而当传者认为"小王不是个好人"时，受者又恰恰对小王抱有好感，认为"小王是个好人"。后两种情况则表示，受者对传者持不信任态度，然而对传者传出的信息则持相同看法，传者认为"小王是个好人"时，受者也这么认为；传者认为"小王不是个好人"时，受者也同样认为"小王"不好。认知心理学理论认为，如果受者处于失衡状态时，他就会产生内心冲突和内心压力，并促使受者向平衡状态转化。要解决内心冲突或内心压力，受者要么去改变对传者的态度，要么去改变自己的原有的观点。了解受者的失衡结构后，可以反过来促进传者的语言运用：为了追求传播效果，传者应采取一些引导，促使受者的态度发生积极的变化，由失衡趋向平衡。

三、语言理解中的个体差异理论

上述两节分别从信息加工角度和心理学角度讨论了受者在语言理解时的对语言的处理过程和认知过程，本节是从社会学角度讨论个体差异对语言理解的影响。传播两端的传者、受者都是社会中的人，语言则是社会中的人所使用的交际工具，语言的运用和理解就不得不带上个人的痕迹，尤其因为理解是接受信息的一方，“个体差异”将表现得更加明显。因此，下面所讨论的既是社会语言学研究的问题，也是传播语言学的研究的问题。一些传播学家曾经谈到过“大众传播中的个体差异理论”，认为：

(1)人们各自的心理构成是千差万别的；

(2)人们的先天条件和后天知识形成了个人之间的差异；

(3)个性的差异来源于人们在认识客观事物时所处的社会环境；

(4)人们认识客观世界的重要产品之一，是在理解客观事物时带有偏见[9]。

影响语言理解的个人因素很多，这些因素是构成语言交际过程中的所谓“大语境”的主要内容。值得注意的是，理解上的差异的直接原因，则是使用上的差异造成的。前面一节我们谈过，理解的选择会受语言习惯的影响，语言习惯的形成又会受到许多社会、心理因素的影响。下面讨论三个问题。

1. 社会人口差异

传播学中，有关受者研究的理论中，有一种称为“人口特征”的理论。这种理论认为，受者会因年龄、性别、种族等的不同的“人口特征”，形成各自不同的“社会集合体”。这种集合体具有相似的“人格”，抱有比较一致的社会观、价值观，他们对信息会产生大致相近的反应。按照这个原理，“社会集合体”还是能分成更小的“集体”，直至分到“个体”为止。每一个具体的“个体”，作为受者，在信息的接受过程中，都会受到年龄、性别、种族等人口特征的影响，而表现出一种差异来。下面主要讨论年龄、性别造成的差异。

(1)对语言形式的影响。社会语言学的研究表明，男子和妇女在使用同一种语言变体时，语音上的不同是语言性别差异中的最普通的类型[10]。北京话中有所谓的“女国音”，把舌面辅音[tɕ、tɕ'、ɕ]发成舌尖前音[ts、ts'、s]例如“经济”发成[tsin tsi]。“女国音”一般出现在未婚的且较有文化的女子口中，男子中是没有人发这样的尖音的。由于这种语言习惯的影响，男子和女子对于“女国音”的认同和接受就会产生差异，这种语言习惯并不是生理因素造成的。性别差异还会表现在词语的选择上。男子说话用的词语可以是比较粗鲁的，虽然很多人也认为这不好，但整个社会还是能谅解的；可是女子说话时不能说粗鲁话，如果说了，社会舆论上会有一定的压力。社会造成的男女在词汇上的选择倾向，也表现在男女在接受、理解这些词语时的态度上。一般说来，男子对这种粗鲁话的

认同要容易一些，例如有人常说脏话、骂人话，许多人并不觉得特别刺耳，大不了说一句“嘴臭”罢了；但大多数女子对这种脏话都持反感态度，她们对说脏话的女子尤其厌恶，其厌恶程度要超过男子。至于语言的年龄差异，社会语言学理论则认为：“人类个体生存时间的长短并不是引起语言变异的真正原因，在它的背后，隐藏着许多复杂的社会心理因素”[11]。现代汉语的年龄变体主要是青年变体和中老年变体。从语音形式看，各地方言中的两种变体差异越来越明显，因为青年变体受普通话的影响越来越多。上海话中，中年人有 42 个韵母，青年人已合并为 32 个韵母，语音中一批“疑”母字如“义、谊、疑、语、源”等，青年变体中已失去鼻音声母。因此，中老年人和青年人对所谓的“上海话”的理解也就有所不同，中老年人认为“不正宗”的上海话，青少年却认为是很正常的，丝毫不感到有异样的地方。青年变体和中老年变体的最大差异还是表现在词汇项目上。一般来说，青年变体中的新造词多，表现出了青年人的趋新心理，而中老年变体则显得保守一些，所以所谓的“时髦语言”。总是先在青年中流行，并先被他们所理解，所认同，然后再有可能推广到一部分中老年身上。例如上海话中的“坍招势”，许多中老年人就觉得难以接受，情愿用“坍台”的说法。有一对母女在外遇到女儿的一位异性朋友，那位朋友称她为“小姐”，女儿认为这个称呼是对她的尊重，母亲则认为“小姐”含有贬义，母女俩对“小姐”称呼的不同理解正反映了这两种变体的差异。

(2)对信息内容的影响。性别、年龄还影响对信息内容的

选择。从性别差异看，男子一般喜欢观看比较激烈的体育运动，因此，对体育语言的理解要比女子敏感些；而女子一般喜欢委婉悱恻的古典戏曲，她们对一种感情的流露的体会又要强过男子，这反映了对信息内容的不同选择。这种信息内容的差异有时也会在语言形式上得到反映。例如，男子和女子对待“老”的态度有较明显的不同：男子不怕别人说他“老”，称他“老×”，会觉得这是对他的一种尊重；然而，女子比男子更爱美，更怕老，她们似乎不喜欢让别人称她们为“老×”，即使人到中年，还喜欢别人称她为“小×”。对一个未成婚的女子，倘称她为“大嫂”，她心里会有说不出的不快，而把一个已成婚的女子称做为“大姐”，则她不会觉得这是对她的轻慢。同样，问一个男子的年龄似乎不会引起反感，而向一个女子打听岁数，多少有点不合时宜。不过，随着社会的发展，这一方面的性别差异可能会越来越小，女子，特别是一些青年女子，喜欢追求男性化的语言表达，例如也喜欢让人称她为“老×”。有一本社会语言学的书上甚至谈到，“北京女性的骂人话有后来居上之势”，而且“据国外有人研究骂人话，发现最近几年世界各国的女性都爱骂人”[12]，因此，女子承受“骂”的心理能力也似乎有所增长。从年龄差异看，青年人喜欢体育、文艺方面的信息，老年人喜欢医疗、保健方面的信息，这是普遍的规律，而且青年人和老年人对同一信息内容也可以持不同理解。例如“怎么干得这么慢，到现在还没干好”这句话，青年人和老年人听后感受是不一样的：青年人不会有其他想法，说我慢以后快一些就是了。但对老年人来说，听了这句话可能会引起他的

猜想，是不是嫌我老了，干不动了？另外，从对传播媒介的选择上，也可以看出年龄上的差异。青年人喜欢选择电视、广播这样的传媒，而中老年人则更倾向于报刊，直到他们退休之后。国外有人对看电视的人的年龄做过统计，10 岁到 70 岁这段年龄中，看电视的年龄高峰是 10～20 岁和 60～70 岁，其他年龄是低谷。对传媒的选择肯定会影响到对内容的选择。

2. 社会团体差异

关于受者研究的理论中，“社会关系论”也是其中的一种。这种理论认为，受者之间的互相往来，之间的关系是极为错综复杂的，受者虽然都有自己的生活圈子，但同时又属于各种社会团体，而且还要和别的社会团体中的人打交道。这种社会关系就构成了信息、传者与受者之间的“过滤网”，社会关系会加强或削弱信息的传播。受者所生活的社会团体主要有职业团体和方言团体。

(1)对语言形式的影响。由人们组成不同的社群而产生的语言变体称做为社会方言。由于职业的不同对社会方言的理解也会产生差异，主要表现在对行业话的理解上。我们这儿所说的行业话，是建立在由于工作对象不同或工作性质不同而分化形成的职业集团的基础上的。语言传播行为中，不同职业的人会有不同的语言习惯，可以在语音形式上有所表现。例如，老师和工人说话时的语速不完全相同，教师说的话一般较慢，逻辑性较强；而工人说的话语速有快有慢，逻辑性

不如教师强。这种语言习惯也可以在词汇的选择上有所表现，每个职业都有自己专业上的一套术语，有时一个词在不同的行业里又会有不同的解释，这种情况当然要影响受者的理解。例如汉语的"世界"一词，不同行业里有不同的意义：在物理学家看来，这是一种"领域，物质的活动范围"；在哲学家看来，这是"自然界和人类社会的一切事物的总和"；在政治学领域里，它是"地球上所有的地方"的意思；在社会学领域里，它又是"社会的形势、风气"的意思；而在宗教里，它又是佛家的"宇宙"的意思。因此，如果我们听到"世界是很大的"这句话时，不同的人会因为职业的不同，而作出符合自己职业的理解。方言又可以称做为地域方言，由于方言的不同带来的语言习惯对受者的理解会产生影响的问题，我们在前面有关章节中有所涉及，这儿再举些例子。东北方言中[ts、ts′、s]和[t、t′]不分，因此，东北人对同样这两种辅音不分的上海人说的普通话，就不会感到特别地难以接受，而北京人就会把这一点看成是上海人说普通话的一个重要特征。对方言词汇的接受理解也是如此。在某个方言区里，一个人说普通话时，会经常夹杂着一些方言词。例如在上海，如果有人说"他们最近的某些做法是比较'拇板'，比较'蹩脚'的"时，对于受者来说，是完全不会影响理解的；但在普通话流通区域，这样的表达就不可能得到受者的欢迎。在句式的选择上，方言变体也会带来理解上的不同。在普通话中"不要＋太＋形容词"这个格式一般是表示贬义的，例如"不要太聪明"意思是说"聪明过头了"，带有谴责意味；但在上海，这个格式却可以表示一般的陈述甚

至表示极力的夸奖赞扬，先是以上海方言"勿要忒+形容词"开始，继而用普通话"不要太+形容词"表达。这对于才来上海的其他方言区的人来说，便感到接受理解上的困难。

(2)对信息内容的影响。职业与方言的不同可以影响信息内容的选择。例如文化层次较高的人，如教师、工程技术人员等喜欢选择以视觉通道作为传播媒介所传达的信息，而文化层次较低的人，如工人、农民等更倾向于选择以听觉通道作为传播媒介所传达的信息，所以前者喜欢看报、看杂志，后者喜欢听广播、看电视。传媒的选择使前者更相信文字记载的信息，而不太相信道听途说的消息；而后者往往表现出对听到的消息同样能持深信不疑的态度。同一信息内容如果用语言形式表达，文化层次较高的受者喜欢接受文雅一些的，书面语色彩浓一些的词语，而文化层次较低者则又倾向于接受口语色彩的、较少修饰具有直接指称作用的词语。比方说在一些禁忌语的接受上，前者本身使用时就十分注意选择一些委婉用法，尽可能避免说出所谓不好的词语，所以他们对这种不好词语的接受也会感到十分困难，听到后甚至会面红耳赤；但后者说出的话大多比较直露，他们对待这些词语，在接受理解时就不会有什么障碍。再比如，"你不能这样做!"这样的劝阻性的命令句式，对于文化层次较低的人来说，可能较易接受，而文化层次较高的人，对这种句式会感到难以接受，会认为情感上受到伤害，他们能够接受的往往是"你能不能将这种方法改一下?"一类的表现出委婉口气的句式。从方言变化的情况看，不同方言区的人会选择不同的信息媒介和信息内容，有说

服力的例子就是地方戏曲都拥有它们自己的观众，这样的观众都带有明显的方言倾向。另外，同方言区的人在一起，总是用他们共同的方言去传达信息内容的，很少用其他的语言进行交际，否则，就会有一种感情上的疏远。方言对受者的影响还可以从方言所起的社会作用得到证实。在我国，苏州是一个文化古城，经济也较发达，所以吴方言原来以苏州话为代表语言。但随着经济的发展，上海的地位渐渐地超过苏州，因此，吴方言的代表语言就成为上海话，说上海方言就被看做有文化，有技术和有钱的标志，在受者心目中的地位明显地要高于周围的其他话，如苏州、无锡、常州话。因此，沪宁线一带，说上海话便成了很多人的追求目标。不过，方言的影响应该逐渐减少，这与普通话的推广有密切的联系。

3. 社会心理差异

受者对待信息的态度，有时可以与传者实现"共享"，有时却对此不屑一顾，或者表示不可理解，这说明受者在接受理解信息时，心理有一个自我选择的过程。关于这方面的研究，主要在下面三个问题上：(1)受者被传播媒介及其内容所吸引的原则是什么？(2)受者对信息发生兴趣的动机是什么？(3)受者理解语言信息的心理因素是什么？受者的心理差异对语言信息的影响，我们在第二节"语言理解中的选择性因素"中已有所涉及，本节讨论受者接受心理和对抗心理产生的原因和对语言信息接受、理解的影响。

(1)接受心理对信息接受的影响。产生接受心理的需要

和动机是：a. 了解有关的语言信息，寻求解决问题的指南和满足日常生活的需要。例如人们在购物之前，往往会阅读、收听有关的广告、宣传。b. 为了得到轻松愉快的消遣。例如人们在紧张的工作、劳动之余，会借助于报刊杂志，广播电视，电影等媒介寻找一种精神上的快乐。c. 进行社会交际的需要。受者可以利用传播的内容既用作与朋友、他人闲谈的话题，又可作为与他人、社会联系的桥梁。例如，为了某种特别的谈话、谈判、推销商品等活动，需要了解一些相关的知识及背景消息，这就促使受者通过各种媒介去接受所需要的语言信息。d. 是一种心理上的需要。为了增强自信，寻找安慰，减轻烦恼等，受者会常常从传播媒介中得到不同的满足与解脱。例如当受者感觉到自己某种观点不太稳固时，他会有意无意地寻找某种信息，以进一步探索现实，了解他人和社会，形成和加强已有观点和价值观。上述对接受心理的需要和动机的分析中可以看出，在传播过程中，受者并不是处于消极的、被动的地位的，而会对传来的信息采取取己所需并拿来为己所用的态度。因此，对于同样一种传播媒介，受者会根据不同的需要作出不同的抉择。例如看报纸，有的人会先看第一版国际国内大事，有的人会先看体育消息，有的人会先看广告版，各择所需；对于同样一种语言信息，受者也会由于各人不同的心理需要，作出不同的理解，这一点在上一节选择性因素中已经讨论过。另外，与需要及动机有密切联系的，是受者个人的性格爱好，这对信息的选择也会产生影响。心理学的研究表明，性格外倾型和性格内向型的人有不同的接受特点。如果有人

要对他们进行批评，对前者可以用比较严厉的语词，敲一下警钟，让他们意识到问题的严重性而予以重视；对于后者，则应用耐心细致的方法，促使他们敞开心扉，乐于与传者交换思想，此时，说服批评才有效果[13]。

(2)对抗心理对信息接受的影响。对传播信息进行抵制、对抗是受者的一种心理活动的表现，这种对抗心理的产生，主要来源于三种心理障碍。a. 认知障碍。当产生前面分析过的“对比作用”时，受者感到传者的观点与自己有明显对立，就会拒绝接受。b. 情感障碍。传者的信息如果伤害了受者的自尊心，就会产生反感或对立情绪，拒不接受传者的观点和主张。特别是自尊性强的人，更不愿意在某种压力下接受某种观点。c. 行为障碍。有时，人们已经采取了某个行动，为了使这个行动合理化，总是找出各种理由为这个行动辩护。所以，当传者的信息与受者的行为不一致时，就会拒绝接受新的观点，行为本身就成为阻挡传播的障碍。对抗心理的产生会使受者对信息的理解、接受采取四种不同的态度。

a. 驳斥信息。即以自己的见解或行动驳斥信息中的不合理性或不合逻辑性。这种驳斥可以是自己的直接的观点，也可以是引用其他人的观点；可以是明确的，也可以是含蓄的；可以是口头的，也可以是书面的。例如，对“商品经济体制下，干部多吃多占是不可避免的”这句话的驳斥，受者可以根据自己的不同情况，采取不同的方式。有的可以用行动驳斥，如本人是干部，但不搞多吃多占；有的可以用观点驳斥，指出多吃多占是不允许的，等等。

b. 歪曲信息。歪曲信息可以是无意的，也可以是有意的。对比作用大的时候，有可能对信息产生误解，这时候采取的观点或行动可能是无意的。但有时传受双方观点差距过大，则可能有意歪曲传者的信息，甚至抵毁信息的来源，即对传者进行攻击，以摆脱心理不平衡的状态。例如，一个非常崇拜马拉多纳的人，可能会对"马拉多纳是个坏小子"的信息持对立态度，就可能怀疑说这话的人是别有用心的。

c. 掩盖信息。即既不从逻辑上驳斥对方的观点，也不去攻击其来源以削弱对方，而采取不加理睬的态度。受者可以仍然我行我素。例如对于"公共场所不准吸烟"的主张不作出任何言语上的反应，但仍然在公共场所吸烟；也可以采取文过饰非的方法，即采取用借口或不正当的理由来维护自己的观点的方法，如有人在马路上吸烟，但他可以强调马路上不是公共场所，公共场所只是指电影院、商店等地方。

d. 改变信息。即对信息中的因素进行某方面的修正，也就是对一部分信息内容进行抵制，对一部分信息内容采取接受态度。例如某人嗜好吸烟，每天要吸一包烟，因此，他对"吸烟有害于健康"的信息，既不采取完全抵制的态度，即照样每天吸一包烟，也不采取完全接受的态度，即开始戒烟，而是认为该信息应理解为"多吸烟将有害于健康"，于是，他改成每天吸半包烟。

总之，对抗心理会造成传播沟通和语言理解的阻塞，是值得传者注意的问题。消除受者的对抗心理将会提高信息传播的质量。

四、张斌先生有关句子理解的研究

国内汉语学界中，第一个系统地从信息的接受角度讨论语言理解问题的，是张斌先生。张斌，笔名文炼，上海师范大学教授，博士生导师。张斌先生对语言理解特别是句子理解的研究开始于80年代。十多年来，张斌先生发表了一系列文章和著作，从不同的侧面，不同的层次对传播行为中接受一端的语言理解的规律作出了揭示和解释。张斌先生的这些研究，在整个汉语学科尤其是汉语语法学的研究中，具有领先和导向作用。他的研究成果，主要体现在下面一些文章与著作中。

1.《关于句子的意义和内容》、《语句的分析和理解》、《语句的表达和理解》[14]

上述论著可以看作是张斌先生有关句子理解研究的前期作品。以往人们研究语言，往往只注重于表达，不重视或者忽视了语言的理解。张斌先生在这些论著中着重谈了以下两个问题：

(1)阐述了表达与理解之间的关系，提出语言研究中理解的重要性。学习语言，一般都会提"听、说、读、写"四个要求，但是，"说和写是表达自己的意思，听和读是了解别人的意思。表达和理解是密切相关的两个方面"[15]。学习语言的目的为了学会分析语言，"分析是为了理解"，例如"他品德好"和"他

哥哥有学问”这两个句子，看看很相似，实际上结构并不相同。认为结构上的区别对理解句子的意义会有影响：前一句是主谓谓语句，如果“他品德好，我很喜欢”这样的句子，动词“喜欢”的受事是“他”，而后者是动宾谓语句，在“他哥哥有学问，我很佩服”中，动词“佩服”的对象不能是“他”，而是“他哥哥”[16]。可见，在传播行为中，语言理解比语言运用更为重要，尽管理解和运用很难截然分开，但“不善于理解的人往往不长于表达，长于表达的人总是善于理解的”[17]。而且，理解还可以反过来“归纳语言事实，找寻规律，更好地指导语言实践”[18]。

(2)初步讨论了两种不同层次上的理解的区别。张斌先生在关于句子形式意义的对应关系的讨论中，从语言理解的角度提出了意义和内容的区分，这一点我们在第二章第四节中已有过论述。作者运用了西欧语言学家安他勒的观点，阐明了理解的不同层次。一种是通过句子的形式，理解句子的意义；另一种是在理解句子意义的基础上，进一步理解句子的内容。正确理解句于的意义只需要懂得这个语言就够了，但要理解内容，则需要语言知识以外的知识[19]。在《语句的表达和理解》一书中，作者进一步提出“了解一个句子，是要综合许多因素的……把语句结构放在广泛的背景上加上考察，这是现代语言学发展的一种趋势[20]。”作者用极其通俗的语言，阐述这许多因素。有语法方面的因素，如“限制和描写”、“部分和整体”等，也有语音，词义方面的因素，如“单音词和双音词”、“多义和歧义”、“停顿和理解”等，还谈了一些句外因素，

如"事实和预设"、"省略和隐涵"等，这些内容都和理解有密切关系。

2.《句子的解释因素》[21]

在前面一些论著的基础上，张斌先生又发表了《句子的解释因素》这篇文章。文章从传播学理论角度出发，认为"语言的交际关涉到两个方面，发送信息方面和接受信息方面。前者是选择适当的形式表达内容，后者是通过形式理解其内容。这两方面的过程都要遵守共同的信息处理原则，这些原则中最基本的是要把句子的解释因素加以综合"。过去不少语法研究者都简单地认为"句子＝词＋句法结构＋语调"，其实这个公式既不能完满地说明句子表达的意义，更不能说明句子的表达内容。也就是说，从理解角度看，光考虑等号一边的三个因素不仅满足不了第一层次上的理解的需要，更满足不了第二层次上理解的需要。为此，文章又列举了一些句子理解过程中几种重要的解释因素，而这几种解释因素又是以往研究者们未加以注意的，例如旧信息和新信息、定指和不定指、预设和隐含等。这些因素有句内的，也有句外的，例如隐含，可以由句子的环境（包括上下文）来指明，也可以由句子本身来暗示，隐含常常包括可能的选择。比方"A 和 B 是 C"这种句式就包含不同的语义关系：

①A 和 B 是学生（工人、教师……）

②A 和 B 是同学（同乡、同事……）

③A 和 B 是兄弟（父子、夫妇……）

三个句子理解是不同的。第①句中，A和B都同为学生；第②句中，A和B是相互之间的关系，即A是B的同学，B是A的同学；第③句中，A和B则是“兄”或“弟”中的一个。如果不看到隐含意义，只顾语句的表面形式，就会造成理解上的困难。

另外，文章还特别指出，除了与句子结构形式有关的因素以外，还必须考虑社会因素和心理因素的问题。这些因素固然是社会语言学和心理语言学研究的对象，但与语法研究也有密切的联系。例如交谈双方对话题要求有共同了解的基础，疑问句要求信息反馈，陈述句只要求信息储存。文章认为分析句子的解释因素和研究人们如何处理信息是密切相关的，为传播语言学的研究提供了理论依据。

3.《句子的理解策略》[22]

“句子的理解策略的研究是从听话的角度考察接受信息的过程，探讨人们如何逐步懂得全句的意思”。张斌先生在这篇文章中，进一步对句子理解的具体模式进行了归纳和讨论。从语法角度看，句子的理解因素的分析为探讨句子的理解过程创造了必要条件，而各种理解因素在不同的情况下所起的不同作用，正是语法研究今后要进一步进行研究的问题。文章把理解策略归纳为四种类型，即词语提取策略、词语预测策略、尝试组合策略和模式对照策略四种。张斌先生的这篇文章有如下特点：

(1)从认知心理学的基本理论入手，把汉语句子中的许多理解问题，归纳到这四种策略之中，例如发端句和后续句的问

题，可以用词语预测策略解释："你通知他一下"是自足的，"你通知一下他"则是非自足的，发端句促使听话人预测。又例如尽管人类的脑子里储存着各种句子模式，如语气模式即句类，结构模式即句型，以及特征模式即句式。根据模式对照策略，只要掌握了句式的某些特征，就可以推断句子的模式，从而理解句子的基本意义，而句类、句型则不能进行推断。

(2)可以看作是对以往所讨论到的句子理解问题的总结和深人。旧信息和新信息的问题，在以往的论文中多次谈过，这篇文章中，更进一步提出"接收信息的人当然把注意点集中到新信息上边，往往抓住新信息中的关键词语，据以探索全句的意思"，所以理解句子时，就可以运用这种"词语提取策略"。又如指称和陈述的问题也是以前文章中讨论过的，在这里，张斌先生指出"人们接受了指称信息，总是预测下边有陈述信息出现"，这就属于"词语预测策略"。

(3)注意到了语言理解过程中听话人的主动作用。行为主义心理学以"刺激—反应"的理论来说明句子的理解过程，就是不断尝试、不断改造，这就是"尝试组合策略"，但这种策略是一种被动的接受，只有用预测这种策略，才能充分发挥听话人的主动性。所以，在传播过程中，尝试组合策略总是和词语预测策略互相联系、互相补充的。

总之，张斌先生对句子理解的有关研究，不仅开辟了语法研究的新的方向，而且对整个语言理解的研究，对整个传播行为的研究，都具有启迪和指导作用。

注：

①桂诗春：《实验心理语言学纲要》，湖南教育出版社，1991年。

②彭聃龄、谭力海：《语言心理学》，北京师大出版社，1991年。

③朱曼殊、缪小春：《心理语言学》，华东师大出版社，1990年。

④《赵元任语言学论文选》，中国社会科学出版社，1985年，第26、27页。

⑤张斌：《汉语语法修辞常识》，香港教育图书公司，1993年，第73页。

⑥参见居延安《信息　沟通　传播》，上海人民出版社，1986年，第62页。

⑦参见钟文、余明阳：《大众传播学》，湖南文艺出版社，1990年，第151页。

⑧上述问题参阅齐沪扬《辩论"取胜"的逻辑依据》，《修辞学习》1992年第4期。

⑨参见德弗勒《大众传播通论》，华夏出版社，1989年。

⑩陈松岑：《社会语言学导论》，北京大学出版社，1985年，第118页。

⑪同⑩。

⑫陈建民：《语言文化社会新探》，上海教育出版社，1989年，第252页。

⑬参见韩向前《传播心理学》，南京出版社，1989年，第171页。

⑭《关于句子的意义和内容》，《语文研究》，1984年第1期；《语句的分析和理解》，《中文自修》，1984年第4期，《语句的表达和理解》，文炼、允贻著，上海教育出版社，1987年。

⑮《语句的表达和理解》序，文炼、允贻著，上海教育出版社，1987年。

⑯《语句的分析和理解》,《中文自修》,1984年第4期。

⑰同⑮。

⑱同⑯。

⑲《关于句子的意义和内容》,《语文研究》,1984年第1期。

⑳同⑮。

㉑《句子的解释因素》,《语文建设》1986年第4期。

㉒《句子的理解策略》,《中国语文》1992年第4期。

第六章　语言传播的类型

传播学者研究传播过程,都毫不例外地把整个过程分解成若干要素,然后用一定方式去研究这些要素之间的相互联系和相互作用,这样,就形成了多种多样的传播过程的模式。而传播的类型则是把传播过程作为一个整体看待,从不同的角度出发,对传播过程进行分类。对传播类型的研究主要在下面几个问题上:(1)类型的特点;(2)类型的作用;(3)类型之间的相互联系和相互作用。本章讨论的是语言传播的类型,但有时也涉及一些非语言传播的问题。

一、语言传播的结构类型

作为语言传播行为的主体,人实际上是处在一个传播的系统之中的。人作为传播者,作为传播系统中最重要的构成要素,他们的信息传递和信息接受都必然地受到他们所处的传播系统的控制。也就是说,他们在不同的传播类型中,所进行的不同的传播行为,亦即他们的语言运用和语言理解,都是由这个传播系统的特性所决定的。语言传播的结构类型是根据参加传播行为的主体数量的多少来区分的,要素的不同使

系统的结构发生变化。不同的结构组成一个有层级的系统。结构类型大致可以分成三种。

1. 二人传播

二人传播的定义是,这种传播是发生在两个人之间的。可以这么说,这种传播是人类生活中最基本也是最重要的传播。同时,又处在传播系统中的最下层级,高一层次的传播都是在这种传播的基础上形成的,二人传播的特点会影响高一层级的传播。二人传播具有如下几个特点。

(1)地位影响角色的转换。运用言语、文字等语言符号来传达信息的二人传播,不管采用什么形式,利用什么媒介,都必须有两个传播主体,除非在一种特殊的传播情境下。这两个传播主体,一个是传者,一个是受者。传者和受者的角色在传播过程中很有可能会进行转换:转换可以是频繁的,也可以是稀少的;可以是容易的,也可以是艰难的。角色转换的制约因素主要是地位的异同。地位大致相同,可以造成角色的经常转换,例如同学、同事、朋友之间的交谈,他们之间没有利害冲突,因此,传播过程中时而是甲说乙听,时而是乙说甲听,角色的转换是不知不觉的、经常性的。相反,如果地位是不相同的,这时候的二人传播可称为非平等传播,双方的传播角色转换就十分艰难,甚至是不可能的。非平等二人传播通常存在于父母与子女、上级与下级、老师与学生、雇主与雇员之间。他们之间的交谈,大多数时间都是前者充当“传”的角色,后者充当“受”的角色。在某些二人地位相差过于悬殊的情况下,

传播将不能以交谈的方式进行，其中的一方永远充当“传”的角色，另一方则一直充当“受”的角色，例如法官向犯人宣判时。要注意的是，所谓的地位差异，会因为地区民族的差异发生变化，带有一定的地区民族文化性质，例如男女之间相对地位的不同，在东方和西方社会中会有不同的反映，也会影响传播过程中角色的转换。

(2)开头和结尾有一定的语言程式。二人之间的传播行为的开始，往往从称呼语和寒暄语的使用开始，又往往在告别语使用后表示结束。在平等二人传播中，可以从互相称呼、互相问好开始他们之间的交谈，可以在互相告别的话语之后表示结束。假设一对不期而遇的朋友，他们之间的交谈的内容可以以种种不同的方式进行，但开头和结尾我们大致可以设想出来。例如：

甲：老李，你好！

乙：是老张啊！ 你好，你好！

甲：哎呀，好长时间没见面了，最近身体不错呢？

乙：还好，还好，你呢？

……

之后，慢慢地切入正题，然后：

甲：哟，时间不早了。

乙：那今天咱们就谈到这儿吧，下次再谈。

甲：好，再见吧！

乙：再见。

在非平等二人传播中，称呼语、寒暄语和告别话的使用也

是必须的，只不过表达的方式与平等二人传播有些不同罢了。父母与子女、上级与下级等之间，称呼语、寒暄语和告别语往往是前者主动使用的，也就是说，传播是由前者引导的。例如，父亲教育儿子的一段对话，开头和结尾可以是这样的：

父：小明，过来！

子：嗯。

父：最近学校里不太忙吧？（有寒暄性质）

子：还好。

父：昨晚好像睡得很晚？（有寒暄性质）

子：十二点多一点。

切入正题，父亲批评儿子电视看得过多。然后：

父：我刚才说的问题你注意一下。今天就说这些吧。

子：我明白了。

这种语言程式勾勒了一次传播行为的大致轮廓。

（3）容易受非语言信息的影响。二人传播可以是面对面地交谈，也可以通过文字等形式进行联系。二人传播很容易受到非语言信息的影响，这是因为二人传播的距离较近，范围很小，涉及的人员又少，非语言符号的使用会增强传播的效果。在面对面的交谈中，非语言符号可以帮助语言符号，加速信息的流通和理解。交谈时，可以通过面部表情，通过手势，通过双方交谈时的距离来传达信息。同时，非语言符号还具有加速反馈的作用。面对面交谈时，面部表情往往先于语言符号作出对信息的反馈。例如，甲乙交谈时，乙对甲所说的话可能有不完全赞同的地方，在甲说话时，乙尚未发表意见前，

就可能会出现微微皱眉的表情，甲看到乙这种表情，也可能会及时修正自己的观点。在文字形式的传播过程中，二人之间也很容易使用一种只为双方通晓的，而并非语言文字的一种书面符号，来表达特殊的意思，这种符号具有以简驭繁的作用。非语言信息对其他类型的传播也有可能产生影响，但只有在二人传播中才会使这种影响显得特别明显。也可以这么说，只有在二人传播中，对非语言符号的使用才可以十分随意，十分频繁，这是其他类型的传播所难以做到的。

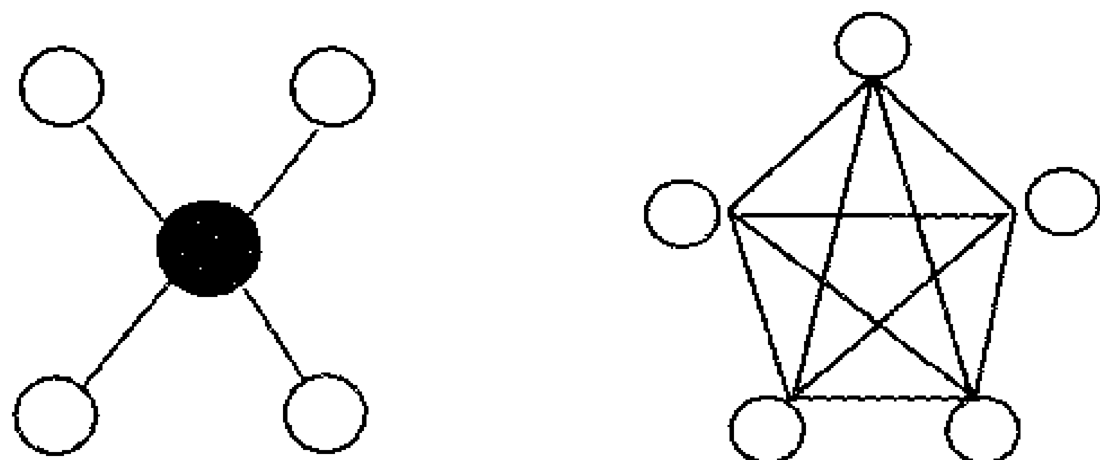
2．**群体传播**

如果说二人传播位于传播系统中的最下层级，那么群体传播则位于传播系统的最高层级，群体传播的双方都是群体(group)，所以群体传播也可称为多人传播。群体传播虽然在某些情景下在甲群体中的个人与乙群体的个人间进行，但这时的个人已带上了这个群体的特色，所以就传播性质来说，是不同于二人传播的。群体传播的特点在于：

(1)群体角色与群体中的个人角色之间有相当密切的关系。群体中的每一个人的思维、个性、语言习惯会有所不同，因此，在群体中的每一个人可以是不同的角色：有的人比较注意维护群体的目标，他可以是群体中的导向者或促进者；有的人也可能对群体所制订的目标、方针持不同意见，他则可能成为这个群体中的阻挠者或挑衅者。但是，既然作为群体中的一员，群体的目标亦即群体在社会中所扮演的角色势必影响个人角色的扮演，使不同的个体角色在与其他群体进行交谈

时，会有意或无意地抹煞了个体角色的个性特色，而表现出一种趋向性来。可以这么说，群体的目标要求语言的传播具有从众性(Conformity)。例如，两个群体在谈判，每个群体的成员在发言时，都必须维护本群体的利益，尽管每一个群体中的个别成员，并不一定都同意本群体的全部意见的。如果群体成员缺乏从众性，将会使群体传播陷于混乱，无法统一意见，从而影响传播目的的实现，严重影响传播的效果。所以，“少数服从多数”，不仅是群体中的组织原则，也是群体中的语言传播原则。

(2)群体内二人传播的模式影响群体传播的质量。群体内二人之间的传播有不同的模式，最显著的轮型模式和全渠道模式，如图：



内部模式的不同会影响群体传播的质量。轮型模式通过中间的领导分别对其他成员进行传播，它的特点是内部传播速度快，内部的领导者地位突出，不过各成员对内部信息的满足度不够，因此这种模式会造成群体传播时以其中一人发言为主，其他人员只能处在从属地位，或者传播时对群体的目标阐述不够明确，不够全面。而全渠道型模式中的成员之间享受完

全的传播自由，任何两个成员都可以直接传播，处于平等地位。这种模式的特点是内部传播速度快，但领导者的地位不突出，而成员对内部信息的满足度则显得提高。因此，这种模式在群体传播时也会显现出不足，就是虽然每个成员都可以成为传播的中心，然而由于缺乏统一的领导，就有可能较难形成一致的意见，使群体的观点得不到完全的体现。由此看来，选择合适的群体内部的二人传播方式，是值得每个群体领导人注意的问题。

(3)重视适应阶段是可以提高群体传播的效率的。每一个个人在从属一个群体之后，要代表一个群体进行传播，会经历一个适应阶段。首先，需要心理适应，从二人传播到群体传播，身份和环境发生了变化，因此，一旦进入传播状态，就会自然地产生紧张，从而使群体传播的质量有所减低。因此，缩短个体成员的心理适应的进程，对加快提高群体传播质量有极大关系。其次，要适应角色和地位的转变。个体成员的个性特色将在群体中抹掉，取而代之的是整个群体的共性，在群体中的角色或许与原有的相仿，或许与原有的不同，个体成员都必须尽快地找到自己的位置，并对自己的位置感到满意，对自己充当的角色更有信心。再次，要有一个语言习惯的适应阶段。二人传播时所使用的一些语言程式在群体传播时可能变得不大适用，因此，要尽快地改变自己固有的语言习惯，用适合于表达群体目标、符合群体特性的语言表达方式。例如一个艺术家加人某个政治团体出访外国时，他就需要有一段适应时期，才能使自己成为政治团体的一分子与对方进行交谈。

3. 公众传播

公众传播是指传者是个体，而受者是群体的那种传播。在传播系统内，公众传播所处的层级位于二人传播和群体传播之间。公众传播行为经常在演讲、授课、报告等情境下进行。较之于二人传播，它的受者的情况要复杂得多，对所传信息的反馈也要复杂一些；较之于群体传播，它的传者无须受到群体目标的约束，可以有更多的符合传者个体特征的信息，使用更多的、具有个性特征的传播手段。所以，公众传播的特点与上述两种传播又有所不同。

(1)传播的内容与情境要相适合。由于公众传播的环境具有开放性，公开性的特点，受者的众多与场地的公开，使大部分受者的情绪在传播过程中容易受到其他系统和外界的影响与干扰，会使传播的效果遭到破坏。为此，传播的内容必须与传播情境相适合，这样才能吸引受者的注意力。例如告知性公众传播，如教师给学生上课，主要是为了发送某种信息；劝服性公众传播，如党委书记给学生作报告，它的特点就不仅仅在于传播有关信息，而且更强调这些信息的重要性和正确性，也就是说，传播的目的不仅仅在于告知受众，还在于说明受众；激励性公众传播，如各种动员性报告，是以“激励”为中心的，虽然也有告知和说明，但传者更关心的应该是受者是否已强化所传送的信息，是否能让信息进一步激起他们的热情。可见，一定的传播内容必然会选择一定的传播情境。一个教师在课堂里，如果老是用劝服性或激励性的传播方式向学生

进行灌输，很难设想他能取得良好的教学效果；同样，动员会上，如果用平直呆板的语调，用授课式的语言讲述，也只能使受众者感到厌倦。

(2)语言习惯要符合受者的爱好。在公众传播中，语言的使用更有其特殊性。它要求传者在传达信息时，要特别注意所用的语言与受者之间的适应性问题。首先，要使用受者听得懂的话，所谓听得懂，是指所用的语言是受者平时所说，所熟悉的，而并不是受者所陌生的。例如，对中学生讲课，就不能用与同大学生讲课一样的语言；对工农群众做报告，就要用他们平时所说的那种较为平白、粗放的语言，精雕细琢、文诌诌的语言对他们来说是不合适的。其次，语言的感情色彩要适度，要考虑到绝大多数受者的感情问题，因此，尽量少使用那些有许多"甚词"，较为极端的语言。因为这样的语言具有过强的感情色彩和过于明显的倾向性，会伤害一部分受众的感情，使这部分受众产生反感。再次，传播时的语调、语速要适合情境的需要和受众的需要，过快或过慢的语速，过响或过轻的语音都是不合适的。例如教师讲课，声音过轻，学生会听不清，声音过响，也可能使学生产生疲倦。

(3)传者的个人信誉会影响传播的效果。公众传播中传者的重要性是不言而喻的。第一，传者的个人信誉、地位，亦即在受者心目中的权威性如何，会直接影响传播的效果。具有权威性的传者的话可能使受者深信不疑，反之，则只能使受者半信半疑，传播效果自然要大打折扣；第二，传者进行传播时的衣着打扮，这是一种非语言信息，但传给了受者有关传者

的初始印象。如果说，受者对传者的初始印象能产生初始信赖感，那么传者所传达的信息就可以最大限度地被受者接受；反之，初始印象不好，在开口之前，已经为传播效果增加了负影响。第三，传者的谈吐。初始印象之后的谈吐，不仅可以使原先的受者的信赖感得到加强，有时也能使原先不好的初始印象得到一定程度的弥补和抵销。所以，谈吐必须亲切、真实，传者必须根据自己的条件，根据传达信息的内容，根据受者的情况，根据情境的不同，选择最合适的语言表达方式，并根据临场的反馈，及时地加以调整，以期获得最佳的传播效果。

二、语言传播的心理类型

人类在进行传播行为时，无论是语言运用，还是语言理解，都会明显地受到传播双方所处的心理状态的影响。西方传播学家和语言学家如贝尔尼(Berne)，哈里斯(Harris)等人在60年代中后期，提出了一个可以用来分析人类传播行为的方法，称为相互作用分析(Interactional analysis)或交流分析(Transactional analysis)。通过对传播双方心理特征的分析，来帮助人们分析传播行为，达到改善传播沟通的目的[①]。

这两种分析方法的理论基础是心理学上的"三种自我状态"，即"父母自我状态"(Parentego State)、"成年自我状态"(Aduct ego State)、和"儿童自我状态"(Child ego State)。这三种自我状态指人在特定条件下所具有的心理状态，一般与

年龄无关。人类的传播行为，都与这三种自我状态相关联。当人们处于“父母自我状态”时，会表现出“教诲”和“权威”的特征，语言的运用往往是支配式的、评价式的，常常流露出命令的语气；当人们处于“成人自我状态”时，则表现出“理智”和“自信”的特征，能够以冷静、客观的态度对待事物，语言运用讲究条理性，不盲目流露出命令或服从的语气；当人们处于“儿童自我状态”时，又表现出了“冲动”和“服从”的特征，常常会有任性的、难以控制感情的表现，语言的运用往往是感叹式的，也可能是服从式的。

在人类的传播活动中，传播的传、受双方总是处在某种自我状态下沟通信息的。但是，随着传播过程的进展，这种自我状态并不是固定不变的，传受双方很可能会自觉不自觉地从一种自我状态转移到另一种自我状态上。传受双方所处的自我状态的不同，其传播的方式、内容和效果会有很大差异，语言的“输出”和“输入”也是大不相同的。因此，分析传受双方的自我状态，便成为把握传播行为的性质、类型的重要途径。以自我状态的不同作为标准，语言传播的心理类型可以分成三类：

1. 互补性传播

互补性传播的双方相互作用是平行的。所谓平行，是指传播双方相互作用是符合正常人际关系的传播类型，传播双方的反应在自然中进行，并符合双方的愿望的。互补性传播的过程都比较顺利，并能达到传播的效果和目的，因此，只要

能正确理解自己和他人的自我状态，对之能作出相互反应的，都叫互补性传播。互补性传播可以有几种形式：

(1)传受双方都处在“成年自我状态”，如图所示：

P　　P

A ⇆ A

C　　C

下面对话中双方都处在“成年自我状态”：

教师：做这题你觉得有把握吗？

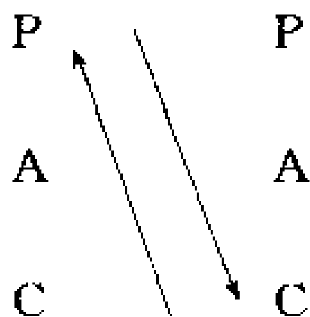
学生：我想我是有把握做出来的。

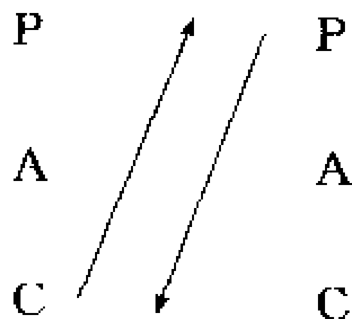
学生：这个问题只能这么回答吗？

教师：还有其他一种方法，你想一想。

交谈双方都显示出一种“理智”的特点，语言表达恰如其分，符合各自的身分。

(2)传受双方都不处在“成年自我状态”，而是处在其他自我状态中，如图所示：





下面对话表现出不处在“成年自我状态”中的互补性传播：

教师：下次你可不能再不交作业了。

学生：好的，下次我一定交。

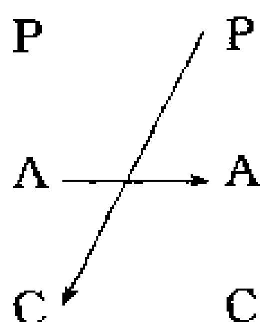
学生：老师，我身体不好，下午的体育锻炼我就不去参加了吧？

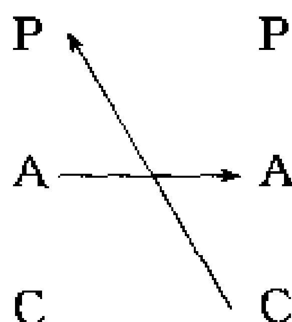
教师：好吧，那你休息去吧！

前一例中，因为学生不交作业，所以教师以“父母自我状态”向这位已成年的大学生说话，而大学生则以服从的口气，以“儿童自我状态”回答教师。后一例中，学生身体不舒服，想不参加体育锻炼，于是像孩子向父母提出请求那样向老师请假，老师听了学生的问话后，也从“成年自我状态”转入“父母自我状态”，像父母回答孩子那样对已成年的大学生作出允诺。上述二例中传受双方虽然处在不同的自我状态中，身份并不一定对等，但由于各自都明白自己所处的自我状态，言谈都得体、自如，相互作用仍然是平行的，仍然构成互补性传播。

2. 交叉性传播

在某一种传播行为中，传播的双方都不明白对方的自我状态，因而使传播不能顺利进行或不能达到预期的效果，这种传播可以称之为交叉性传播。当自我状态出现交叉后，由于对方不适当或者不是预期中的反应，传播过程可能立即中断，甚至出现争吵、打骂等不良的“反应”。交叉性传播中传者的一方通常是处在“成人自我状态”，并用“成人—成人”的平等的语言表达方式传递信息，而受者一方往往态度不正确，处在心理和传播状态的“错位”上，或者处在训斥式的“父母自我状态”，或者处在冲动式的“儿童自我状态”。交叉式传播如图示：





下面对话中，前面两例中受者错误地处在“父母自我状态”上，后两例中受者又错误地处在“儿童自我状态”上。

丈夫：你知道那本书放在哪儿了吗？

妻子：你又不是你的保姆！

教师：请问，我这次是否属于调工资的范围？

职能部门：你问我干什么？我又不管你的工资，你去教育局问去！

丈夫：你身体不舒服，休息一下吧！

妻子：我身体好不好，管你什么事，少操心！

乘客：小姐，我买一张票。

售票员：喊这么响干吗？我耳朵又没聋！

交叉性传播在人类生活中是大量存在的。有些人情绪不稳定，态度时好时坏；有些人说话不注意，随心所欲，这自然都会影响传播的效果。尤其是传受双方存有偏见时，受者更容易对传者正常的问话抱有看法。这样的话，传播交叉就会时时发生。交叉性传播对提高传播效果是明显不利的，它很容易引起人们之间的摩擦。因此，交叉性传播应当加以分析，尽量避免其发生。

3. 隐含性传播

隐含性传播是一种比较复杂的传播行为方式。在传播行为中，传受双方的传递或反应，不仅反映着某种自我状态，而且隐晦、含蓄地表示着其他身分状态，这就是隐含性传播。隐含性传播可以有两种形式。

(1)传者涉及两种自我状态。真正的信息，并没有在表面的"成人自我状态"的语言形式中表达出来，而是隐含着另一种自我状态中表现出来的信息，这种隐含着的信息才是传者真正想要表达的意思。对于受者来说，这种被隐含的信息，有的他可以译解出来，有的却难以意识到被隐含的信息意义。这种隐含性传播如图所示：



下面两个例子，都是传者涉及两种自我状态：

甲：我看，只要我马一跳，你的将就不能动了，投降吧！

乙：你别忘了，你的马还是蹩住脚的呢，谁最后取得胜利，现在还很难说呢！

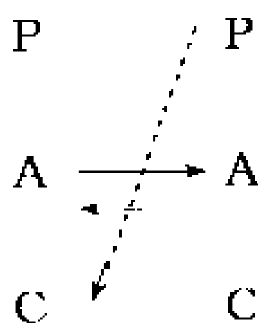
甲：听说这次提拔处长的名单中有你。

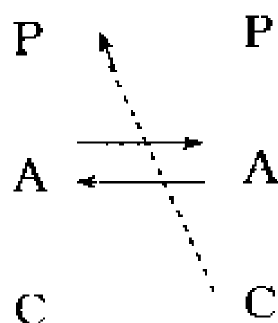
乙：我手头的科研任务这么重，谁开的玩笑，让我搞

行政工作。

前一例中，传者所说的表面看上去是下象棋的对话，其实隐含着甲、乙二人商场上决战的对话。受者听懂了传者的意思，知道了传者的“话中之话”。后一例中，传者自己很想竞争这个处长的位置，他知道受者是他的最有力的竞争对手，所以便向受者发出两份信息：一份是真实的信息，一份是隐含的信息。如果受者回答愿意承担处长这个职务，那么传者的隐含性传播就失败了，现在受者这样的回答，传者获得了自己想要的信息，达到了目的。

(2)受者涉及两种自我状态。受者在回答传者的问话时，也可以表面在“成人自我状态”上作回答，另外通过语言形式或非语言形式，在其他自我状态上隐含着另一种信息。这种隐含性传播也可以以下列图式表示：





下面两个例子都是受者涉及两种自然状态：

甲：听说你最近当上了处长。

乙：还不是你帮的忙。

丈夫：你知道我那本书放哪儿了？

妻子：(不耐烦地)放在柜子里！

前一例中，乙是一个不愿意担当行政干部的科研人员，对于甲

的提名，他心中其实是不满的，但当面又不能不对甲的“推荐”表示感谢。后一例中，妻子在语言信息方面作出了对等的反应，但是在神情和语调方面，仍流露出轻蔑的意味，因此，妻子的非语言符号，仍然含蓄地表示着“父母”对“孩子”式的自我状态。

隐含性传播是一种不易辨识和把握的传播方式，我们平时所说的“指桑骂槐”、“含沙射影”、“杀鸡给猴看”等都可以看做是隐含性传播，在大多数情况下，隐含性传播是冲突即将发生的一种征兆，因为它意味着传播行为中的一方对另一方所表现出来的自我状态的一种有意识或无意识的不满。

相互作用分析或交流分析是从传播双方心理状态出发，通过分析，力求消除在传播过程中的障碍，以利于有效的传播沟通。这种分析方法的优点在于：

(1)强调建立良好传播关系的重要性。相互作用分析或交流分析十分强调传播双方能处于成年自我状态。在传播过程中，采用互补性传播达到预期的沟通效果。为了做到这一点，传播双方在传播过程中都需要仔细地审查自己的行为和自我状态，尽量用成年自我状态去引导对方，使其也进入成年自我状态，从而形成互补性传播。在实际的传播过程中，对方采取 P—C 态度时，如果你能用 A—A 态度对待他，往往可以将对方引导到 A—A 状态，从而取得良好的传播效果，避免了交叉性传播或隐含性传播的发生。许多部门进行的职业教育中，例如一些第三产业的从业人员，特别要注意引导顾客将 P—C 态度转变为 A—A 态度。

(2)充分发挥了语言符号的传播功能。处于成人自我状态，关键在于语言运用和语言理解的准确和得体，尤其在将对方的 P—C 态度引导到 A—A 态度的过程中。这种准确和得体主要表现在：a. 不使用针锋相对、刺激对方的词语；b. 选用通晓明确，不隐晦的表达方式；c. 选用亲切和蔼的语气，不用过快、过高的语调等等。这些语言的使用可以说是一种技巧，一种需要通过学习获得的技巧。许多优秀服务员在微笑服务的后面，其实充分发挥了语言符号的传播功能。例如在一家百货店里，不同的服务员在对待 P—C 态度上，使用不同的语言回答，得到的效果自然也不一样：

顾客：你耳朵聋了，我叫了这么多声你还不过来！

服务员甲：你自己才聋呢，你没看到我正忙着，我又不是服侍你一个人的！

服务员乙：实在抱歉，让你久等了，我马上就来。

服务员甲反唇相讥，用 P—C 对待 P—C，形成交叉性传播，后果自然是争吵一场。服务员乙则以礼貌的语言化解了顾客的怨气，使顾客重又回到"成人自我状态"，接下去的回答很可能是"那么我再等一会吧"。顾客被引到了 A—A 态度上，达到良好的传播效果。

三、语言传播的功能类型

从语言传播的功能角度考虑，可以将传播行为分成满足性传播和手段性传播两类。满足性传播的侧重点不在于交流

以外的功利性或实用性目的，而在于传播行为本身，以及经由这种传播而达到的一种自我满足；手段性传播的侧重点在于把传播本身视为手段和工具，以寻求某种功利性的结果和目的。二者的区别是明显的，因此，这两种传播类型在二人传播、群体传播和公众传播中也会有不同的表现。

1. 满足性传播

(1)满足性二人传播。满足性二人传播的基本特点在于，它主要着重于传播过程的本身，以及传播对于人的一般社会性需要，尤其是人际感情需要的满足功能。例如老同学见面时的促膝谈心，虽然所谈论的事有好有坏，有喜有悲，但谈话能使传播双方的感情得到宣泄，并由于这种宣泄得到一种满足，一种愉悦。再比如，一个人心中长久郁闷，会对久别重逢的挚友哭诉一番，这种哭诉也是一种宣泄，哭诉之后会得到一种舒适，一种安宁，这些都是典型的满足性二人传播。满足性传播的特点主要体现在二人传播中，这些特点既是语言运用方面的特点，也是心理态度上的特点，可以从传者和受者两方面进行分析。a. 从传者角度考虑，为了满足性传播得到成功，或者富有成效，在语言运用中必须注意开放的因素。所谓开放，就是一种自我暴露，传者必须具有向受者展露关于自我的各种信息的意愿。这种自我暴露，有利于对方对自己的了解与信任，有助于传播的顺利进行，同时也能使自己得到一种感情上的满足。心理学的研究表明，大多数人都具有一种“倾诉欲”，满足性传播往往就在这种“倾诉欲”的驱使下得到实

现。可见，自我暴露是建立良好的人际关系，顺利开展二人传播的重要条件。生活中的经历表明，“开放区”越是大的人，越容易与对方坦诚相见，博得对方的信任、好感。b. 从受者角度考虑，在传播中并不总是被动地担任“听”的角色，二人传播中的一个重要特点是角色的转换十分频繁。所以，为了使满足性传播得到成功，受者必须注意运用支持的因素。所谓支持，是指对对方传播行为与意愿的赞许，乐于听取对方的意见。如果受者是一个固执己见的人，那么他就不可能适时接受到有益的信息，也不能做到真正的“支持”，这样，容易使对方产生防御心理，使整个传播不能获得满意的效果，自然也不能使对方得到情感上的愉悦。即使传者观点不能完全接受，也必须注意表达的方式，避免过分批评。国外传播学家吉布曾对受者的支持性行为中的语言运用，提出过一些看法。例如多选择一些描写性的信息，少发出批评性意见等等[②]。c. 从双方的角度考虑，在传播中都要注意诚恳的因素，所谓诚恳，是指双方态度上的真诚。对于传者，“自我暴露”就是诚恳态度的一种表现，对于受者，必须对传者的“自我暴露”持尊重的态度。由于二人传播传受角色的不断转换，做一个“直率”的传者和一个“诚挚”的受者，是保证传播的顺利进行，使传播过程充满愉悦的关键。

(2)满足性群体传播。满足性群体传播的特点在于，它能使群体中的成员通过传播得到情感与心理上的满足。满足性群体传播行为经常发生在群体内“联谊会”、“座谈会”、“节日庆祝会”这种涉及社交和情感交流的场合。满足性群体传播

的功能主要体现在下面两点：a. 联系团结功能。群体中的每一个人，他们的个性、情感、兴趣、爱好各不相同，群体内部的满足性传播，可以使各个成员得到充分的表现与宣泄，从而加强了互相了解，增加了感情上的联系。群体中成员的“目标一致性”，虽然离不开各自的自我约束，但同时也离不开人与人之间感情上的联系。为了使满足性群体传播发挥这种联系团结功能，要求每个成员在态度的选择上都与满足性二人传播相同，而且还必须具有比二人传播更多的包容性，在听取群体其他成员的意见时，采取更多的支持。如果满足性群体传播能够充分展开，能促进群体内部的稳固和发展。b. 鼓励刺激功能。一个群体内部的运转是否正常，是否具有效率，很大程度上取决于群体成员的精神面貌。通过群体内部的多层次、多渠道的满足性传播，使群体内成员的社会需求，感情需要都得到满足，而且还可以使这种满足性转化成提高群体质量管理和生产效率的鼓励刺激因素。因此，加强群体内部的满足性传播，如开展各种文体、娱乐活动，丰富群体成员业余的文化、精神生活，创造尽可能和谐宽松的“群体气候”和人际关系，鼓励刺激群体成员更有效地工作。满足性传播已被认为是提高群体工作效率的“刺激剂”和“催化剂”。

(3)满足性公众传播。满足性公众传播是指那些没有直接功利性目的，主要为了使受者在精神、情感、心理诸方面得到某种愉悦和满足，提供精神上的娱乐的一种传播。满足性公众传播主要由娱乐性传播组成，这种传播的目的是使公众得到因为娱乐而带来愉悦的内心交流。娱乐性传播的最常见

的形式，一是通过言语形式的以口头讲说为主要信道的表演艺术，例如相声、小品、评书、故事等；一种是通过文字、图画形式的以视觉为主要信道的文学、图画、塑塑等艺术，例如笑话、漫画等。这些艺术尽管在传播方式上有所不同，但它们都带有"娱人"的特点，可以让公众通过信息的吸收而在情感和精神上得到愉悦和满足。在口头表演艺术为主要形式的传播中，由于非语言符号的大量运用，如手势、表情、姿态、服饰等和语言手段的运用，如语速、语调等，使具有同一信息量的信息，传播的效果会各不相同。因此，对传者来说，将会对他们提出更高的要求，包括知识，才能方面的要求，以及经验、控制力等方面的要求，同时还包括语言运用技巧上的要求。另外，还得具有"随机处理"的本领，以增强这种表演艺术的感染力和接收效果。当然，任何娱乐性传播，也都具有一定的社会功能性目的，但这种传播的特点，是将这种目的隐藏在娱乐之后。

2. 手段性传播

(1)手段性二人传播。手段性二人传播的基本特点在于，它把传播看做是一种工具或手段，带有某种功利性的目的。例如某位教师去"拜访"校长，一般来说，排除了满足性传播的可能，除非这位教师与校长是极为熟识的朋友，他的"拜访"只是纯粹的感情交流。大多数情况下，教师是带有一定的功利目的来找校长，或者为了生活上的问题，如分房子等，或者是为了工作上的问题，如提职称等，事先已经有了某种预定的目

的。手段性传播的传受双方在语言运用上具有如下特点：a.传者与受者的地位往往是不平等的。在手段性二人传播中，传者往往处于“控制”的地位，传者在传播时总是企图为某种目的去影响、控制受者，受者是传者施加影响的直接对象。因此，传者比受者具有更大的主动性，对于传播具有控制的能力。作为具有控制地位的传者，必须随时注意信息的反馈、控制过程，也就是反馈调节过程。传者控制了传播过程，就能使传播向预定的目标进展。但是，由于二人传播中传受双方角色的变换是非常频繁的，所以在某些传播行为中，传受双方对传播过程的控制是交替进行的，如果双方地位的更换十分频繁的话，那就说明这次传播行为是充满着平等的气氛的。b.传播中的话题往往是具体化的。与满足性传播不同的是，手段性二人传播都具有明确的目标。在传受双方角色频繁互换的手段性二人传播中，传播双方会有一个共同的意向或目的，话题是具体的或者越来越趋向具体的，很难设想不着边际的海阔天空式的传播能接近目标、能解决问题。在传者占据控制地位的手段性二人传播中，传者总是引导着受者向具体的目标接近，并且以具体化的话题来实现这种接近。因此，就传者提出的问题来说，必须是一种“好问题”，所谓好问题，就是那种具有明确性、启发性的问题，这需要传者掌握一些实用的问话模式和问话技巧。

(2)手段性群体传播。手段性群体传播的目的在于，通过传播行为，完成某种具体的任务，达到某种功利性的目的。在一个群体中，这种传播类型占有主要的地位。例如大到学校、

机关、集团公司等群体，小到一二十人的学术团体、小企业等群体，其内部的传播行为，主要是手段性传播。可以这么说，手段性传播存在及其重要性，是由群体的性质和群体的目标决定的。手段性群体传播具有如下两个特点：a. 传播的范围是有层级的。群体中每个成员之间的观点不会完全一致，各个成员之间的关系也有亲有疏，手段性传播有时可用于群体中的两个成员之间，他们的传播目的和传播特点同手段性二人传播相仿。另一层级的传播是群体中的两个小群体之间。由于观点的差异，群体内的“结盟”现象是不可避免的，持相同或相近观点的人，往往有意或无意地联合起来结成“联盟”，反对其他“联盟”的意见，这时，手段性传播的目的性就十分明确。当群体内大多数成员结成一个共同的联盟，而不是多个联盟时，此时的联盟已与整个群体的利益相同，这样，手段性传播就经常运用于群体与群体之间。当然，这个群体内部的手段性传播行为也是可以十分频繁的，但已不是成员间的互相攻击，而是为了巩固整个群体的利益了。b. 具有内外不同的功能。作为群体内的手段性传播，它的主要功能是内部协调。内部协调是这一群体内目标实现的保证。例如，一个现代化的企业，为了实现生产的目标，就需要该企业的设计部门、生产部门、销售部门甚至各个成员之间都能够协作活动，而这种协作活动的发生，是以群体内的手段性传播为前提和途径的。没有这种传播，协作将无法进行。作为一个群体与另一个群体的手段性传播，它具有环境交换功能，通过传播活动，使本群体与周围的环境相适应。群体不可能是永远封闭

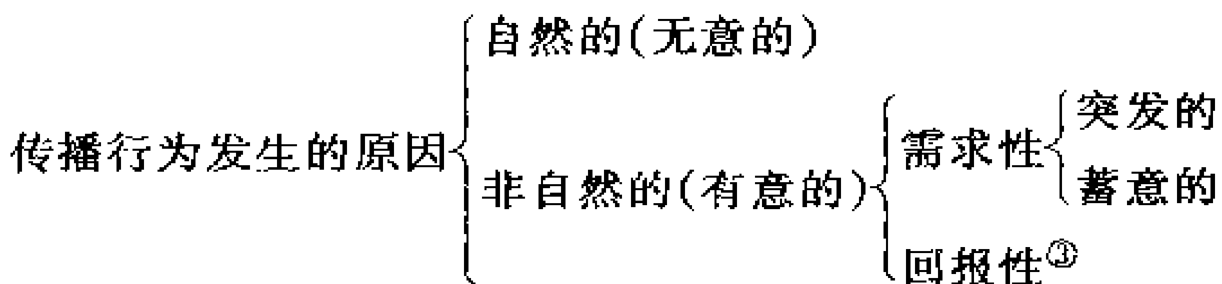
的,它会有“输入”,也必定会有“输出”,而这种流动,必须通过手段性传播进行,以使本群体与外部环境进行“交换”适应。在现代社会中,手段性传播的这种对外功能,表现出了更为重要的作用。

(3)手段性公众传播。手段性公众传播是指传者出于一定的社会功利性目的,去有意识地影响受众的一种公众传播。按照传播的不同目的,手段性公众传播可以分成三个次小类,即告知性公众传播、劝服性公众传播和激励性公众传播。这三种类型的手段性公众传播都具有下面这个特点,即以力图影响受者的意向为主要目的。当传者向受者传播一定的信息时,例如教师向学生的讲课,保险公司向群众的宣传,运动队负责人向队员作赛前的动员时,都以影响受者的意向作为传播的主要目的,希望受者在思想、行为、态度乃至信仰上,发生如传者希望的那种转变,充分体现出语言的劝服和激励功能。当然,这三种类型的手段性公众传播,对受者意向的影响力有强有弱,最强的是激励性传播,最弱的是告知性传播,而劝服性传播则居于二者之间。为了能完全达到影响受众意向的目的,传者的语言运用必须考虑到环境的因素与受者的因素,根据不同性质、不同内容、不同主题的信息,采用不同的语言风格和语言组织。例如赛前动员会的报告和某领导的一般的述职报告,前者的言辞可以更加激烈些,甚至可以极端一些。在句式、词汇、语调语速诸方面语言因素的表现上,前者也可比后者更加短促、更加简洁和更加热烈兴奋。同时,传者要使用受者乐于接受的语言形式,以这种语言形式来组织他意欲输

出的信息。

四、现代汉语中的句类研究的特点

整个传播从发生角度看，可以作如下的归纳：



自然传播是指宇宙间受自然力支配的自然传播现象，如日月照耀，与我们所说的语言传播无关。非自然传播主要指受人的意识反应，形成的一种行为。需求性传播主要指传播者为了满足内心求知、好奇、焦虑、不满等心理而形成的传播行为，而回报性传播是指需要对方作出回报行动的一种传播。

其实，在语言研究中，奥斯汀(J. L. Austin)提出的把句子分为"有所述之言"(Constative)和"有所为之言"(perfor mative)两类[4]，与上述从发生角度对传播的分类是相似的。用信息论的观点看，"有所述之言"要求储存信息，是一种需求性传播；而"有所为之言"要求反馈信息，是一种回报性传播。奥斯汀的对句子的分类，是从句子交际功能角度出发的。而句类的研究，正是建立在对句子交际功能研究的基础上的。近些年来，汉语句类的研究有了很大的进展，体现出了下面几个特点：

1. 突破了静态研究的束缚

现代汉语语法研究，在很长一段时间内，重点是放在词类研究、短语研究、句型、句式的研究上[5]，这种研究从根本上来说是一种静态的研究。尽管我们一般认为词和短语是静态单位，而句子则是动态单位、交际单位。但是，这里的句子常常是抽象的句子，是有意义而无内容的属于语言的句子。只有当我们研究的句子是进入交际领域的、成为言语的句子后，这样的研究才能称得上是动态研究。

静态研究不是不需要的。“静态研究很重要，是根本，但是不应当到此为止.”[6]。如何突破静态研究这堵“墙”的束缚，将语法研究从静态引向动态，如何将静态研究与动态研究有机地结合起来，语言研究者在一段时期的摸索之后，纷纷将研究的兴趣设诸到句类的研究中去。选择句类研究作为突破口，这是“与句类跟语言和言语都有直接关系的重要的位置分不开的”[7]。按照奥斯汀的观点，我们平时所说的陈述句、感叹句应属于“有所述之言”，而疑问句、祈使句则属于“有所为之言”。近些年来，在句类研究中，特点是在疑问句、祈使句的研究中，出现了大量的论文和著作[8]，都说明了语法研究对语言交际功能的重视。

2. 引进了较先进的研究方法

从句子的交际功能出发，从传播学理论出发，句类的研究势必要采用一些以往静态研究时较少使用的研究方法和研究

手段。例如，从传播学传播过程角度考虑，我们可以发现，同属于“有所为之言”的疑问句和祈使句，对传播时“反馈”的要求是不一样的。前者要求的是言语反馈，有问则要有答，构成一种较为典型的语言二人传播；而后者则要求行动反馈，传者提出的请求、命令，要求受者以行动去实现，去完成。可见，这两种句类的语用范围也是不同的。

近年来，语法学界不但在疑问句的研究上取得了很大的成绩，这可以从《中国语文》杂志上发表的大量的有关疑问句研究的论文上得到反应，也可以从论文所涵盖的范围上，例如既有疑问句的各个次小类的研究，也有与疑问句有密切关系的语气词的研究，还有涉及儿童语言习得的疑问句问题的研究。同时，在祈使句的研究上也取得了突破性的进展，表现在袁毓林的《祈使句研究》这本专著的出版。

再比如，变换分析法和语义特征分析法也是近年来中国大陆语法研究中发展起来的两种分析方法[9]。这也是从句法平面切入和语义平面切入而能采取的一种比较好的研究方法，特别是用于句子交际功能的分析上。在句类的研究中，许多学者都运用了这一类分析方法，例如袁毓林的《祈使句研究》中，大部分篇幅都是运用这两种分析方法，对一些具体的祈使句式进行分析的，从而使这些次小类的语法特点在这两种分析方法的交替使用中得到充分的体现。

3. 重视语法研究中三个平面的结合

60年代末韩礼德提出语法、概念(语义)，交际(语用)三

个研究平面，并且把这三方面的研究综合成一个语言功能系统之后，现代汉语语法研究中既重视结构分析，又重视语义分析，也考虑语用分析，这种"三结合"式的研究方向已为许多人接受、认可。但是，有关三个平面的一些理论问题，目前仍旧"相当模糊"[⑩]，在探讨这些理论问题的过程中，可以先将三个平面的理论运用到具体的语法问题的探讨上。句类研究在三个平面的结合上是运用得比较好的，这是因为句类的语用特点造成的。例如叶斯泊森说过："祈使语气……比陈述语气或虚拟语气都更接近意志范畴，它是意志语气。因为这种语气的主要功能是表达说话人的意志。虽然它应当在相当的程度上影响说话人的行为，这一点很重要……"[⑪]因此，作为一种表示说话人意志的，有别于陈述句、感叹句的句类，如果不从语用角度出发，对"意志"的分析不可能做到透彻。同时，对疑问句的分析也是如此。可见，句类的研究必须在规定的语用范围内，讨论句法和语义上的问题，才能做到有的放矢，不然的话，归纳出来的句法和语义上的特征，只是一种对语言的静态描写，也势必会出现许多例外的情况，从而影响语法规则的客观性和准确性。

注：

①周晓明：《人类交流与传播》，上海文艺出版社，1990 年，第 227 页。

②吉布(J. P. Gibb)《交流杂志》第二卷第 141—148 页，1961 年英文版。

③钟文、余明阳:《大众传播学》,湖南文艺出版社,1990 年。

④奥斯汀:《论言有所为》,许国璋译,《语言学译丛》1。

⑤施关淦:《八十年代现代汉语语法研究概说》,《中国语文》1992 年第 6 期。

⑥吕叔湘:《把我国语言科学推向前进》,《中国语文》1981 年第 1 期。

⑦同⑤。

⑧如林裕文:《谈疑问句》(《中国语文》1981 年第 2 期);吕叔湘:《疑问、否定、肯定》,《中国语文》1985 年第 4 期;王志:《回声问》(《中国语文》1990 年第 2 期);袁毓林:《祈使句式和动词的类》;《中国语文》1991 年第 1 期等。

⑨陆俭明:《汉语句法分析方法的嬗变》,《中国语文》1992 年第 6 期。

⑩《语法研究座谈会纪要》,陈亚川执笔,《80 年代与 90 年代中国现代汉语语法研究》,北京语言学院出版社,1992 年。

⑪叶斯泊森:《语法哲学》,何勇等译,语文出版社,1988 年。

第七章　语言传播的媒介

传播学中，对媒介的研究又称为“渠道分析”。“渠道”一词源出英语 Channel 一词，是指传播双方以传递和交流信息的各种通道。所谓的“渠道分析”，就是对传播媒介的一种研究，通过对传播媒介本身的性质、特点、作用和发展演变的研究分析，使传播信息时能选择最佳的媒介以取得最理想的效果。传播主要媒介是语言，其他媒介如文字、书刊、电视等都是在语言的基础上形成并加以发展的。因此，在传播语言学中，对媒介的研究也就显得更为必要。

一、语言传播媒介的发展

语言是信息的载体。人类通过语言的使用，控制着传播媒介，使人类的生活、文化得以延续下去；与此同时，传播媒介又以其自身的规律和特点，使语言承载信息的张力缩减或者扩大。从媒介的发展过程看，不同的媒介还会带来社会的变迁，引起社会组织和结构的变化。所以，有传播学家认为，传播媒介的形态对个人与社会的影响，更高于该媒体的内容[1]。

1. 传播媒介发展的三个阶段

人类社会产生语言之后，语言在不断完善中改变和发展了自身的认识能力，人的认识能力也在发展与完善中创造并发展了语言，语言的抽象程度不断提高。作为人类最重要的交际工具，语言本身就是一种媒介。语言媒介的作用是巨大的，也是最基本的。在语言媒介基础上发展起来的其他媒介，经历了下面三个发展阶段。

(1)言语媒介阶段。在文字未发明的时代，言语传播是最为便捷、最为普通、覆盖面最大的一种传播方式。那个时候，人类接受信息的通道主要是听觉。普通百姓往往采取谚语、歌谣等口语传播方式表示自己对社会政治的各种意见。当时语言运用的特点是语句简单、声音和谐。在文字发明之前，识字少的老百姓仍然以言语作为传播的媒介，语言的运用上仍然采取简单、押韵的方式，例于传诵与记忆。例如历史上农民暴动往往采取谣谚的方式进行宣传、鼓动和联络，东汉末年黄巾起义前就流传着“苍天已死，黄巾当立；岁在甲子，天下大吉”的歌谣。现代社会中，虽然有了许多其他的媒介，人类接受信息的通道已经是多方位的，然而，言语传播这种方式仍然在人类生活中产生极大的影响，可以这么说，在大众传播媒介十分发达的今天，言语传播的重要性并未减小，人类文化仍然需要用这种媒介承继和传播。

(2)文字媒介阶段。尽管言语传播在古代和今天仍然发挥着重大的作用，但文字媒介的出现，无疑是传播史上乃至人

类的文明发展史上极其重要的一个里程碑。由于文字的出现，人类不光通过听觉来接受信息，而且通过视觉来接受信息，文字缩短了人类交往的距离，包括时间的距离和空间的距离。通过文字，人类可以把历史事实、生产经验、生活知识记录下来，流传下去，节省了传播的时间，提高了传播的效率，加快了社会生活发展的速度。由于有了文字的发明，大众传播工具例如报纸、书刊才得以产生。印刷活字的发明使印刷媒介比手写的文字具有更为广泛，更为精确的传播效果，从而使人类的传播行为再一次得到飞跃。例如，据《史记》记载，秦始皇每天阅读几百斤重的竹简，而刻在竹简上的字所承载的信息其实是不多的，如果那时已经有了印刷媒介，秦始皇每天的工作量会大大减少，而获得的信息又要大大增多。在今天文明的社会里，文字媒介特别是印刷媒介会存在于人类生活的每个角落，人们对世界、国家大事的了解，对经济、文化信息的获取，都与这种传播方式有关。文字媒介拓宽了人类的视野。

(3)电子媒介阶段。1900年以后，标志着电子时代的来临。电子媒介的出现是传播史上的又一次革命。印刷媒介的大量扩散，使得言语传播有逐渐退化的趋势，人类对社会生活的参与感降低。电子媒介重又使人类的参与感活泼起来，例如电视的发明，使人类对信息的接受在听觉、视觉、触觉多个通道里进行，人类的孤独感消失了。而卫星传播更让整个世界消除了隔阂，从而形成了世界范围传播的“地球村”(a global village)。电子媒介提高了信息传播的速度，迅速地带领人类进入信息时代。电子媒介的传播手段十分简单，通过简单

的一些电子装置，就能得到电台、电视台发出的信息。因此，尽管电子媒介产生的时间不长，但因为它们居有有声有色、迅速准确的特点，正在超过甚至取代文字媒介。同时，电子媒介也改变了人类的传统的生活方式。全世界范围内，人类化在这种传播媒介的时间越来越多。

2. 语言运用在媒介中的作用

加拿大思想家麦克卢汉(Marshall Macluhan)十分重视对传播媒介的研究。1964年出版的《媒介通讯:人体的延伸》一书，认为人类进人电子时代后，对传播媒介的性质、作用等问题应有新的认识。他的一些观点，曾在传播学界引起轰动，但也带来了不少批评，因为他过分地夸大了媒介的作用。但我们认为，麦氏的理论其实在某种程度上反应了语言运用在媒介中的重要作用。

(1)语言运用影响传播的方式。麦氏认为媒体本身就是信息，把媒介和信息区别开来是没有必要的，传播媒介真正传递的是媒介本身的特征，而并非是具体的内容。麦氏的理论充分肯定传播媒介对人类社会的重大影响是有积极意义的，但他过分强调了传播技术对社会发展的决定性作用，似乎又走上了极端。不过，麦氏对媒介的重视，反映了语言对传播方式有巨大的影响。语言既是一种媒介，同时又是一种载体，人类社会发展带来的传播媒介的发展，归根结底就是反映语言运用方式，传播方式的不同上，而传播方式的不同，会在一定程度上影响信息的接受，影响传播的效果。例如，文字传播比

口头传播更具有规范性。同样传达一件事，口头传达不容易引起受者的注意，不能形成文字记录保存下来；电视里播送新闻比看报纸更具有形象性，同样一则新闻，看电视更能让受者感到身临其境，便于记忆。语言在不同的媒介中，都担负着承载信息的任务。如果从这个角度考虑，媒介本身带来信息，把媒介看成是信息，是有一定道理的。

(2)语言运用影响媒介的表现力。麦氏认为每一种媒介都有不同的特征，有的可以提供大量信息，具有高度的抽象能力；有的提供的信息则要少得多，对任何事情都缺乏详细的描写。前者麦氏称为“热媒介”，后者称为“冷媒介”。麦氏的“冷热”之分并没有严格的科学界限，是不足取的，但他认为不同的媒介是有不同的表现力这一点则是具有参考价值的。而在这一点上，语言的运用非常重要。例如，传者和受者通过近距离的交谈，言语媒介的表现力是比较强的，这种媒介提供的信息，比较充分，比较完善，因为在言语媒介中，除了运用语言这种交际工具外，还可以通过非语言符号，表达大量的有助于信息传递和信息理解的非语言信息。与此相比，如果传者与受者运用电话这种媒介进行交谈，那么表现力则相对弱一些，电话这种电子媒介提供的信息，是不充分的，只通过听觉通道，受者的视觉通道是接受不到信息的。因此，表现力强的传播媒介，受者的参与程度较低，信息已充分表现，受者只要“被动”地接受就可以了；而表现力弱的传播媒介，受者的参与程度要高一些，信息表现得不充分，受者必须通过主动性的发挥，去补充和完成未表现的信息。

(3)语言运用影响了人体的延伸。麦氏曾告诫人们，现在“充分认识人体延伸所带来的影响已经显得越来越迫切，越来越重要了”。麦氏的这种思想，说明了传播媒介在不断地延伸人类，使得人类的触角越伸越远。语言运用既然控制着传播媒介，因此，说语言运用会影响人体的延伸是一点不为过分的。例如用言语媒介进行传播时，语言运用延伸了人的五官和整个身姿；印刷媒介中的语言运用，延伸了人类的耳朵；电视中的语言运用，延伸了人类的眼睛和耳朵。每一次新的媒介的出现，都会使人的各种器官的平衡状态发生破坏，使某一种感官凌驾于其他几种感官之上从而又产生了一个新的延伸。这种媒介造成的延伸，会在人类的心理上和社会上都产生极大的影响，人类会超出时间和空间的限制。同时，外界信息通过语言符号大量、及时地输人，会使人类充满幻想，激发出智慧的光芒来。

二、语言传播媒介的差异

文字媒介与电子媒介的产生，是由于社会的发展和科学的进步带来的，但这并不意味着这两种媒介方式可以取消或替代最原始的言语传播媒介，即使在现代社会，言语媒介仍然是一种最重要的传播模式。国外有学者以下面一张图表概括了人类通常的传播行为中所使用的媒介的情况。

个人的传播
- 面对面（两人在饭桌上交谈）
- 有中间媒介（两人在电话里交谈）

公众的传播
- 面对面(公众集会)
- 有中间媒介
  - 集合的(在电影院里看电影)
  - 非集合的(在家里看电视)

在二人传播中和公众传播中,人类所使用的媒介,不外乎两大类,即面对面的媒介和中间媒介。前者我们可以称之为直接媒介,后者可以称之为间接媒介。直接媒介在有限的空间内进行,虽然是原始的言语媒介,但至今仍是运用得最多的、最有效的传播媒介;间接媒介在传者与受者之间,加入了中介物,这种中介物可以分成两类,一类是文字媒介,一类是电子媒介,利用间接媒介传递信息,打破了空间的限制。直接媒介和间接媒介的差异,表现在下面两个方面。

1. 语言信息上的差别

在语言信息的表达、保存诸方面,这两种传播媒介都有较大差别。

(1)信息载体的不同。传播时,运用的媒介如果不同,那么承载信息的符号也有差别。在直接的面对面的交流中,传者既能使用语言符号(主要是口头语言),这包括辅助符号和身势符号,也能大量地使用非语言符号,这种非语言符号包括面部表情,身体姿态以及服饰,图像、商标、徽章等通过视觉通道接受的"目视符号"。其中口头语言符号和姿态、面部表情等言语符号是最常用的。无论是二人传播还是其他类型的传播,说话人都可以"连比带画"地传播信息。另外,在有条件的情况下,还可以运用书面语言符号。例如,二人交谈时,有时

觉得口头语言“言不达意,会借用一定的文字帮助交流。教师上课时的公众传播,也会借用板书帮助学生理解。相反,在运用印刷媒介时,例如书刊、报纸等,则主要运用书写符号,用书面语言作为信息的载体。这里所说的书写符号,既包括文字,也包括照片、图表、图像符号以及公式这种专业符号语言。而在运用电子媒介时,又有各种不同的情况。广播、录音等,只能运用口头语言符号来承载信息,而非语言符号在广播、录音这种传播媒介中是“无能为力”的;在电影、电视这些媒介中,则主要以图像符号与口头语言符号为主,这两种符号承载了绝大部分的信息,另外,则以书面语言符号为辅,以文字补充传递一部分信息,或者强化一部分信息。可见,在传递信息的过程中,不同媒介会使用不同的语言符号,以达到不同的传播目的;以书面语言为主的印刷媒介和以口头语言为主的广播、录音媒介,较容易传达抽象的信息,而以活动图像及其他语言符号配合使用的电影、电视媒介中,则容易传达形象的信息。至于直接媒介,则既能传播抽象信息,又能传播形象信息,是一些传播效果最好的媒介。

(2)信息贮存上的不同。在信息的记忆、贮存上,不同的媒介具有很大的差别。运用直接媒介,在面对面的交流中,信息的贮存只能靠传受双方的记忆,这难免会出现一些错漏。如果传播都是用这种“口耳相传”的方式,受者仅凭记忆反复传播下去,第 n 个受者所得到的信息,与第一个传者的传出的信息肯定会有很大的不同。因此,直接传播大多只能在二人传播中使用,倘若想用直接媒介构成一个传播网络的话,将会

出现“失传”甚至“误传”的局面。印刷媒介以文字及静止的图像符号、专业符号来贮存信息,具有极大的优越性。文字的产生是人类社会的一次飞跃,如果说没有语言就没有人类的社会的话,那么可以说,没有文字就没有人类的文明社会。印刷媒介把人类认识世界、改造世界的知识和经验保存并得以广泛传播,为人类的文明、进步起到了极大的促进作用。在电子媒介中,广播、电视等只能迅速地传播信息,但在贮存信息上却无能为力。只有在人类发明了录音和录像,有了录音媒介和录像媒介后,才能把这些声音信号和图像信号记录、保存下来,在需要的时候可以随时拿出来进行传播。电影在贮存信息的时候,同时具备录音媒介和录像媒介两种功能,可以说是集二者为一体发展起来的一种媒介。值得注意的是,随着科学的发达,计算机在传播信息和贮存信息上都具有多媒体的功能,计算机媒介被越来越多地使用在科技、教育、经济甚至家庭生活的各个方面,用以贮存信息,具有容量大、方便等优点。

(3)信息量上的不同。传播媒介的不同会影响传播中信息量的多少。在面对面的交谈中,由于在传者和受者之间没有介人中间物,交谈是直接的,这种交谈有利于交换者使用手势,并且运用较多的寒暄语。无疑,在直接媒介的信息传播中,信息量中的冗余值增大,因此,利用直接媒介进行传播,信息的不确定性,有序性和可预见程度要高得多。在印刷媒介中,由于没有表情、姿态等非语言符号的参与,信息量的冗余值要比直接的、面对面的交谈少一些。而在广播、录音这一类

非面对面的传播中，信息中的熵值会大大增加，所传递的可以是比较抽象的信息，因此，没有一定的背景知识，骤然听到一段广播、录音时，受者常常会感到理解上的困难。至于电影、电视这一类电子媒介，既运用了大量的口头语言符号，又运用了许多图像符号，再辅以一定的书面语言符号，传播时的信息量控制往往能达到最佳程度：既不是高熵值的信息，也不是高冗余的信息。也正因为如此，电影电视这种媒介最受人们欢迎，不同年龄、不同性别，不同文化层次的人，都比较喜爱这样的传播方式。

2. 接受心理上的差别

从接受心理的角度考察，直接媒介和间接媒介之间存在着如下差异。

(1)接受通道的不同。直接媒介没有中介物，传者和受者面对面的交流，可以通过全身活动，用口头语言符号，用辅助符号，用非语言符号来进行传送和接受信息的活动。受者接受信息时，往往是多通道形式接受：用听觉通道接受传者的口语语言信息；用视觉通道接受传者的姿态、手势、服饰、打扮等其他符号表达的信息，还可以通过触觉通道，例如双手相握，身体紧靠；通过味觉通道，例如传播环境场所散发出来的气味，这都可能传递着某一种特殊的信息。所以，利用直接媒介进行信息传播时，受者往往调动一切感官，来捕捉传者发出的信息。而有中介物参与的间接媒介，往往在单通道内接受信息，例如听广播、听录音只能利用听觉通道，看报纸、看杂志只

能利用视觉通道，即使是电影、电视，也只能通过视觉通道和听觉通道，不可能像面对面交谈时那样，多通道地接受信息。从接受心理分析，能让受者通过多通道接受信息，调动感官尽量地参与，应该是有利于传播活动的进行的。就传递的信息量来说，也应该比单通道要多，当然，并不是说两个通道接受到的信息是单个通道的一倍。不过，人的知觉在一个通道工作和在多个通道工作很难说出优劣来。有时候，一个人把注意力集中到某个感官上，例如认真专心地听广播或者聚精会神地阅读书籍，可能对信息的接受很有效果，能把信息存人长时记忆中。面多通道接受有时也会产生一定的互相干扰作用，例如面对面说话时，说话人无意识的手势、动作，也会吸引听话人的注意力，从而忽略了听觉通道里的信息。另外，受者的个体差异在接受通道上也会表现出来：有的人喜欢通过单一通道接受信息的传播方式，有的人则爱好多通道传播。

(2)接受反馈的不同。面对面的交谈中，由于传受双方都能目视到对方的存在，传受双方的角色转换又比较频繁(主要是二人传播)。这种双向的交流，双方都有很多机会和时间来判断自己发出信息后的效果，并能及时地对自己发出的信息进行修正、补充、解释。从反馈速度上说，直接媒介是十分迅速的。在公众传播中，受者随时会对传者所传出的信息作出反应，传者也能及时地捕捉到一部分受众的反应，及时地调整自己的传播行为。利用间接物进行传播，信息的反馈要受到极大的限制，这种限制有时间上的，也有质量上的。用电话进行交谈，反馈可以在时间上不受影响，听到传者的声音之后，

马上可以作出反应，然而，因为看不到传者的姿态、面部表情等，所以这样的反馈在质量上要受到影响的。而印刷媒介，如报纸、杂志、电子媒介如广播、电影、电视等，更会在时间和质量上都影响反馈。例如传者和受者相隔太远，受者不可能当面进行反馈，传者即使收到了反馈，也已经是很长时间以后的事情了。另外，受者面对的是缺乏个人感情的，没有热情的传播媒介，在接受心理上要比直接媒介更容易产生疏远甚至抗拒心理，难以引起反馈信息的情绪。可见，利用中间物的间接媒介在不同程度上总会影响反馈。例如全日制大学和函授大学的授课效果是不一样的，前者利用直接媒介，受者可以迅速地作出反馈，传者则可以及时地收集到学生的反应，作出有的放矢的改进。而函授教育缺乏面对面交谈的机会，学生的反馈不及时、不主动，反馈的信息也可能不全面、不重要，这当然会增加教学的难度。所以，函授教育增加面授的时间，就是一种利用反馈，使传播效果得到实现的补救方法。

(3)接受方式的不同。不同的媒介会使受者在接受方式上产生差异。在利用直接媒介进行的传播活动中，接受方式会因为受众人数的多少有所改变。在二人传播中，听取对方的意见带有强制性，因为受者只有一人，必须集中注意力，全身心地投人到传播活动中去，如果心不在焉，就是对对方的轻慢。当受者不止一人时，其中某个受者可能会出现注意力不集中的情况，接受对方信息时的强制性有所减弱。如果受者很多，例如在几百人集会中听传者作报告，则强制性又会有所减弱，受者中不但会出现思想不集中的人，还会出现退离会场

的人。受者对信息可以采取不完全接受或不接受的态度，而无须在心理上强制自己。在利用间接媒介进行的传播活动中，受者接受信息时不受传者的约束，具有主动性。例如，根据个人的爱好，我们可能选择电视机里的不同频道，收看不同的节目；根据专业兴趣的不同，每个人阅读的书籍也不相同；谈报的时候，受者也有选择的自由，可以只看国际消息，也可以去看国内消息。不过，受者对间接媒介中传出的信息的选择的任意性不是完全一样的：电台、电视台播放的消息、节目，人们只能按其播出的时间和顺序去收听、收看；而对报纸上刊登的新闻，人们则可以较为随意地进行选择，任意性显然要大一些。另外，在接受速度上，电台、电视台播送的消息、节目，有自己的传播速度，受者只能被动地适应它们，没有选择的余地；而在报纸、书刊等印刷媒介中传播的消息，受者接受时可以任意地选择速度、控制速度。

三、当代社会语言传播的大众媒介

大众媒介是 20 年代广播电台出现后才有的一个名词，“大众媒介是指在传播过程中包括用以复制、传递信息符号的机械设备和有采编人员的报刊、电台、电视台三类传播组织在内的传播渠道。具体地说，大众媒介有印刷媒介和电子媒介两种”[②]。大众媒介是当代社会公众传播中使用十分广泛的一种媒介，在当代社会的各个领域的传播活动中都发挥着极为重要的作用。有关大众媒介与面对面的直接媒介的差异我

们在上一节已经论述，本节讨论印刷媒介和电子媒介中的不同的“成员”及其它们的特点，以及这两种媒介的差异。

1. 印刷媒介

印刷媒介是一种以视觉通道为主的媒介，报纸、书籍、杂志都属于印刷媒介。印刷媒介是在15世纪毕升发明活字印刷以后才开始得到迅速发展的。可以这么说，印刷媒介是人类最古老的大众传播媒介。

(1)报纸。世界上第一张日报“莱比锡新闻”，产生于1660年的德国，至今只有300多年的历史，但报纸在现代社会发展和文明的进程中，却扮演了十分重要的传播媒介的角色。按出版周期分，报纸可分为“连续型”的，如每天出版的日报、晚报等和“断续型”的，如周报、周二报等；按流通范围分，又可分为全国性报纸和区域性报纸两种。作为一种大众媒介，报纸语言具有如下特点：a. 时效性。报纸的内容主要是报导新近发生的、具有普遍意义的事实，具有新、快的特点，人们可以从报纸获得最新的信息，用以指导工作与生活。每种报纸都具有庞大的信息采、编、印、发人员队伍，可以广泛地收集信息，并通过先进的印刷设备和邮政网络及时地将信息传播出去。因此，报纸传播的新闻信息通常比其他媒介都要广泛，在国内外的广播电视等媒介中的信息，都会摘录与转播当天报纸的新闻信息。b. 阅读性。同样一则新闻，出现在电视媒介中，往往只有几十秒钟数个镜头，但如果刊登在报纸上，则可以详细、周密一些。电视等媒介中的信息，容不得受者去

细细琢磨、研究，而报纸上的消息，可以让人们随心所欲地反复阅读。报纸让受者享有控制阅读速度，选择阅读时间、地点的主动权。所以，报纸上可以有长篇大论的新闻、消息，甚至可以有文艺作品，让受者享受，让受者去任意"逐字推敲"。c.可选择性。报纸上可以出现多种多样的信息，可以开列各种不同的栏目，可以让受者在阅读时，从众多的"共时性"排列的消息或栏目中，选择自己最感兴趣的"项目"，这是其他媒介无法做到的。而且，报纸可以不受篇幅的限制，只要条件许可，尽可能增加版面，提供更多的信息让受者去选择，但是，报纸这种媒介对于文化程度较低或文盲来说，则无法提供选择性，因为这些人无法使用和享有这种媒介，这是报纸的一种本身的不足。

(2)杂志。杂志是另一种文字印刷类型的大众传播媒介。目前可考证的第一份杂志是1709年英国出版的《评论》。按照文章的题材分，杂志可分为特殊兴趣杂志和一般兴趣杂志。前者是指有着其基本主题范围，旨在满足特定对象特殊趣味和要求的杂志；后者指那些内容广泛，并无特定题材和趣味指向的杂志。按照读者对象分，杂志可分为普通杂志和专业杂志两种。前者是指普及性的，以一般社会大众为读者对象的杂志，如文艺杂志、青年杂志、体育杂志等；后者具有较强学科专业性，并有特定专业读者面的杂志，如一些学术杂志，《中国语文》、《金属切削》等。杂志语言具有如下特点：a.群体性。每一种杂志，都具有比其他印刷媒介更浓厚一些的群体性，也就是说，每一种杂志都有一个属于这份杂志的读者群，这些读

者，在文化、教育背景、兴趣以及价值取向等方面，大致相近。在现代文明社会中，几乎每一个大的社会群体，都拥有自己的杂志，这些杂志在这些社会群体次文化的形成过程中，具有极其重要的作用。b. 指导性。杂志的容量往往高于报纸。因此，报纸、广播、电视所不能完整地报道的一件事，在杂志里可以得到系统与全面的了解。杂志的出版周期使杂志比报纸等媒介具有更多的时间作资料的收集与分析，因此，杂志里就能更多地刊登更深层次的预测的文章和研究性的文章，告诉给读者更多的新的研究成果。杂志在指导读者学习、工作、娱乐等方面上，比报纸等媒介提供更多的资料和知识。c. 伸缩性。杂志虽然与报纸一样，具有一种连续性，但它不像报纸那样"紧迫"，它可以有较多的伸缩性。这种伸缩性还表现在内容的选择和安排上，形式和长短都可以灵活多变，可以让读者随时随地阅读，而且，读者在阅读时可以不受时间的限制，具有很大的主动性。

(3)图书。图书是比杂志更为专业化的文字印刷媒介。与报纸、杂志等媒介相比，图书的历史最为悠久。图书按其功能的不同，可以分为三类。一类是学术性专著，读者面较窄，但学术价值较高，通常为本专业的专家学者编著。一类是教科书，是根据各类学校的专业课程设置与教学目标、教学要求而专门编写的教学用书，特别注重科学知识的深度和广度，特别注重科学知识的系统性。一类是一般图书，包括普及性读物、知识性的丛书，以及小说、散文、诗歌、报告文学等，这些图书的特点在于其内容的普遍性与读者的普遍性。图书语言具

有如下特点：a. 个体性。图书中的语言运用充满了个人色彩，可以说是一种最具个体性的媒介产品，在不同的图书里，语言运用都有不同的特色。小说的语言多为叙事性的，散文的语言多为抒情性的，诗歌的语言多为意象性和跃跳性的。学术图书和文艺图书的语言都是不一样的，反映了文体的不同。b. 权威性。图书是人类最古老的、帮助人类获取知识进行智力活动的一种传播媒介。人类对于图书很容易产生一种敬仰心理，所以，图书语言要比报纸语言、杂志语言更具有权威性，在深度、广度、专业程度上都要比报纸、杂志具有更大的系统性，更强的科学性。c. 流传性。因为图书在读者的心目中更具有权威性，因此，图书语言在传播的范围上也要比其他媒介更加大。这可以从被引用的语言中，通过图书媒介获得的最多。另外，在不同语言的互相翻译上，图书的数量也要超过报纸和杂志。

2. 电子媒介

电子媒介是一种以听觉通道为主或者视觉、听觉等通道结合的媒介，是以电子设备和软件去传播声音和图像信号的。当前运用得最多的电子媒介是无线电广播、电视以及电子计算机。

(1)无线电广播。无线电广播也是利用口头语言进行传播的，它与面对面交谈的不同之处在于，中间介入了电子设备。这样，使它的传播的范围要大大地超过面对面交谈，受众的人数也大大超过面对面的交谈。无线电广播诞生于本世纪

20年代，一问世，就在信息传播领域里发挥出强大的威力。近年来，这种传播媒介虽然受到了电视等媒介越来越强有力的挑战，但仍然是人类政治生活、学习工作和日常生活中不可缺少的重要的传播工具。广播语言的特点在于下面两点：a.即时性。即时性表现在传者与受者两个方面。从传者角度看，能即时将发生的事情迅速地传送出去，它的速度远远地优于报纸，即便是报纸的"号外"，从排版、印刷到发行，最高的效率也要化上几个小时。从受者角度看，受者可以随时收听广播，接收时可以不受环境的限制，适合于各种活动场所，不像电影、电视等媒介收听时需要一定的设备。印刷媒介和无线电广播比，在接受信息时对环境的依赖也要多一些。b.口语性。广播语言因为使用口头语言符号，所以听众可以不受文化水平的限制，不识字的文盲，都能加以利用，因而具有最广泛的听众，这是因为广播媒介只需要听觉器官。口语性还表现在口头语言可以使人产生一种亲切感，能产生很大的感染力，尽管广播语言的传播不是面对面传播，中间隔了一道机器媒介，受者看不到播音员的面孔与表情。广播语言的不足之处在于它的说服效率不如面对面的交流，它的持久性与权威性不如一些印刷媒介如报纸、图书等。近年来虽然录音机问世了，增加了贮存的功能，但录音机的使用远不如图书、报纸等方便，使广播语言发挥的传播效率仍然受到一定的限制。

(2)电视。电视这种媒介的出现至今只有四五十年历史。从它一出现开始，就显示出比其他媒介更多的优越性，因为它能带给人们视觉与听觉的双重享受。电视媒介的功能多，影

响大，除了用于新闻报导，利用电视的快速性，形象性，让受众能在最短的时间内获取最新的新闻信息外，还能进行知识教育。例如，利用电视频道进行成人教育、职业教育甚至正规课程的教育。另外，还可以播送经济信息，促进商业信息交流。最后，电视还擅长表现文娱体育节目，能满足广大受众的文娱体育欣赏的要求。与其他媒介相比，电视语言有如下两个特点：a.以图像符号为主要的信息载体。电视主要以图像符号去显现信息内容，与语言符号和文字符号相比，要形象、生动得多。因此，对受者具有极强的感染力，便于受众的理解和记忆。图像符号不像语言符号、文字符号那样呈线性排列，而是一种多维的符号系统。一幅不管是静止的还是活动的图像，可以同时进入到受众的视觉器官，所以，在单位时间内，图像符号传送的信息量要比语言文字符号大得多。另外，在传播图像信息的同时，还传播声音信号。视听结合传送的信息更有利于受者的正确理解。b.信息的传播具有高时效的特点。电视在图像、声音的质量方面可能都不如电影，但在信息的组织、传播上，却要比电影快得多。电视语言符号传递的信息，能克服时空上的限制，可以用现场直播的方式将正在发生的事情传播出去，也可以用录像的方法将已经发生的事情传播出去。电视可以将信息传播到广阔的空间，特别是通过卫星的传播，可以将信号传递到地球上的任何一个角落。通过一些特技，还可以将高速度运动的物体，用合适的速度重放出来，使受众看清楚其中的变化过程。

(3)电子计算机。电子计算机作为电子媒介，是在本世纪

50年代才发展起来的。它和其他媒介的不同之处是，它不仅具有信息传播的功能，还具有信息加工、处理和控制的功能。可以这么说，由于电子计算机的诞生，使信息的传播进入了一个崭新的时代。计算机语言在信息传播中具有如下特点。a.运算速度快。当代的巨型计算机的运算速度已达到每秒几亿次，能够胜任在超短时间内完成超大量的信息处理任务。例如航天事业中宇宙飞行器的跟踪，只有用计算机编制程序计算才能完成。b.存贮能力强。电子计算机不仅能存贮信息，而且能把有用的信息永久保存。大型电脑系统足够存贮整个图书馆的藏书内容，人的记忆能力与电子计算机相比要大为逊色。c.精确可靠。计算机语言的处理结果是十分精确的，这不是一般的常规运算工具所能相比的。例如人造卫星的轨道控制，只能通过计算机语言的运算，才能符合其高精度、高可靠的要求。总之，当前计算机媒介已在信息的获得、传播和处理加工方面获得广泛运用，促进了科学技术的发展与社会的文明、进步。

四、传播媒介的差异与语体的有关研究

传播媒介的差异在语言学上的反映，是语体的研究。所谓语体，是一种“适合人类社会生活的不同需要而形成的民族语言功能风格的类型，它是全民语言的不同交际功能所产生的变体，是不同范畴的思想内容与特定的语文表达方式相统一的产物”③。一般说来，从交际方式的不同考虑，我们把语

体分成两类，即口语语体和书面语体，这两种语体的形成及差异与传播媒介的形成、差异有直接的联系。在印刷媒介产生之前，人类的传播行为只需直接媒介就行了，有声语言能够满足交际的需要，因此，那时也不会产生书面语体与口头语体相对应。只有在文字产生之后，特别是印刷事业的发展，人类的传播行为可以通过印刷媒介进行，这时候，也才可能产生出来书面语体，并使书面语体与口头语体产生分歧，并形成各自的特点。

在我国，对语体的研究主要集中在修辞学的领域内。80年代中期，华东修辞学会曾专门举办过一次语体学学术讨论会。这些年来，有关语体的研究主要集中在下面两个问题上：第一，探讨语体的基本理论问题，例如语体学和修辞学的关系问题，即语体学究竟是一门学科还是修辞学中的一门分支学科；例如语体的特征问题，认为语体的特征一般可以概括为社会性、时代性、民族性等；例如语体和语境的问题，是否应该把语体看成是语境的一部分，二者是不是统一的；再例如语体和风格的问题，语体的风格和个人运用语言的风格能不能等同起来等等。第二，阐述了不同层次的具体语体类型的语言风格的特点。例如对口语语体中的演讲体和谈话体的研究，对书面语体的政论体、文学体、公文体、科学体的研究；又例如注意到了语体中的许多交叉现象，比方小说中的书信体、广告语言中的诗歌体、政论文中的文艺体等等。上述在修辞学范围内对语体的研究，都可以直接纳入传播语言学的研究中去，这种研究明显地与传播的媒介有直接的联系。

此外,传播媒介差异引起的语体差异在语法研究中、语用研究中也会有所反映,例如省略、隐含就是一个与语体有关的问题。

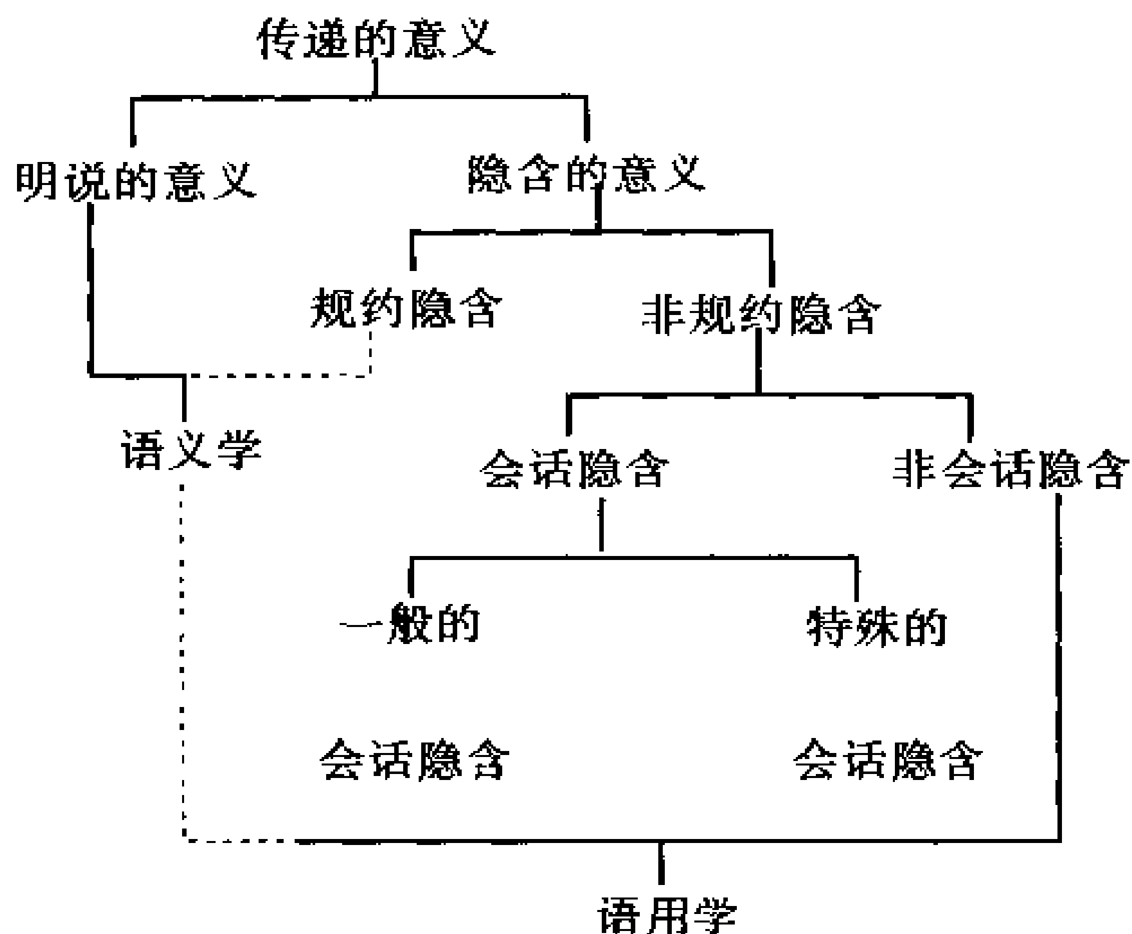
1. 国内关于省略与隐含的研究

省略、隐含现象与传播媒介有十分密切的关系。在面对面的交谈中,语言里的省略、隐含现象要多于只有通过某个中介物才能进行的信息传递,这是显而易见的事实。语法学中对省略、隐含的研究,旨在解决如下问题:(1)省略与隐含的界限问题。通常认为,省略是一种句法现象,隐含是一种语义现象,二者之所以有界限不清的问题,是因为"省略是由句法成分的删略而形成的一种隐略现象"④,而隐含则是一种"类似省略但又并非省略的情况"⑤,或者说是由"句法格式的紧缩而形成的""隐略现象⑥。"可见省略对语境的依赖要比隐含强得多,没有上下文的语境条件,省略就无法成立,省略是传播过程中传播者语言运用时的一种主动性行为。面隐含是无须添补的,这种"句法格式的紧缩"是一种语言在长期的交际过程中约定俗成的东西,是传播过程中的一种自然现象,不牵涉到传者与受者的语言行为,对语境的依赖并不是十分必要的。因此,对省略与隐含的区分往往用能否添补上词语作为标准。省略可以根据上下文添补上一定的词语,而隐含则不能作出添补。(2)省略与隐含的类型问题。因为省略是句法成分的省略,所以在句法上应该具有一种还原性。例如"老李父子俩来了"其实就是"老李和小李父子俩来了"的意思。省略式和

原式在语义上应该完全相同。对于主语的省略，看法大多相同；对于宾语、定语、状语的省略，看法并不一致，但是这种现象大家都是注意到的，只不过提法不一样。有学者认为，“在一些句法结构中，如‘跑公路、吃食堂’一类中，省略了介词，应该是‘在跑公路、在吃食堂’”⑦。至于隐含的分类，一般都从语义成分人手，例如关系语义成分的隐含，如论元的隐含“绳子拉断了”隐含着施事，“他写的都是精品”隐含着受事等等。型式语义成分的隐含，如“他脸红了”隐含着形容词“红”的变化动态义。模态语义成分的隐含，如“他北京人”隐含着“他是北京人”的真值模态义⑧。上述对省略与隐含的研究还应更进一步考虑下面两个问题。第一，扩大省略隐含的研究，以往以抽象的句子作为研究的对象为多，其实，进入交际中的具体句子里，省略隐含的现象更加复杂。第二，省略隐含现象既涉及发出信息的传者，也涉及语言理解中的受者一方，同时又与语体，也可以说与传播的媒介有较紧密的联系。所以，将上述两种语言现象放在整个传播行为中加以考虑，或许会取得更加多的成绩。

2. 国外对隐含的研究

在语用学的研究中，把“言外之意”也看成一种“隐含的研究”。在 laurenceR·Horn 的《语用学理论》中，把隐含区分为语义中的隐含和语用中的隐含两部分，并认为二者之间有许多问题是纠缠在一起的。他用一张图对传递的意义作了如下描述：



并认为"如果语义学基本上研究影响真值条件或充足条件的那部分意义，那么规约隐含就在语义学的范围之外(而明确属于语用学)，如果认为语用学研究的是自然的意义，语义学研究的是规约的意义，那么规约隐含这类意义似乎属于语义学的范围"[9]。把隐含放在语用学的范围内研究，虽然历史不长，但引起了国外许多语言学家的重视。这样，许多人提出了对以往的 Griss 的会话四条原则进行修改的建议。Griss 本人也对自己的"适量原则"提出了修改意见，认为应该是"(从交谈的当前意图出发)，按需要贡献尽量多的信息"，其他语言学家也认为所谓的"适量"，应以"衍推或真值条件这类意义看做它们固有的下限，把语用推理或隐含看做它们的上限[10]。国

外语言学界对隐含的重视说明了:(1)隐含与传播媒介有密切的关系,面对面直接媒介交谈中的隐含与有中间媒介的传播的隐含应严格地区分开来,即便在会话隐含中,也应区别一般的二人传播中的隐含和其他场合中如公众传播中的隐含。(2)在传播行为中,隐含的作用是不可忽视的,如果把这种会话中的"言外之意"都不考虑进去,那么很难说信息的传递真正做到了符合会话四原则,真正做到了对意义的理解。

注:

①钟文、余明阳:《大众传播学》,湖南文艺出版社,1990年。

②李运林:《传播理论》,高等教育出版社,1989年。

③钱锋、陈光磊:《关于建立语体分类数学模型的构想》,《语体论》,安徽教育出版社,1987年。

④范开泰:《省略、隐含、暗示》,《语文教学与研究》,1990年第2期。

⑤文炼、允贻:《语句的表达和理解》,上海教育出版社,1987年。

⑤同④。

⑦在给研究生上课时,张斌先生曾提出过这样的看法。

⑧范开泰:《语义成分说略》,《语法研究和探索(4)》,北京大学出版1988年。

⑨Laurence R·Horn《语用学理论》,沈家煊译,《国外语言学》,1991年第2期。

⑩同⑨。

第八章　语言传播的效果

传播学中，对传播效果的研究经历了“传播万能”、“传播有限”、“适度效率”三个阶段[1]，对传播效果的认识有一个从模糊到清楚，从片面到全面，从主观到客观的过程。目前，大多数学者都接受了这样的理论，即传播效果是建立在传播的心理学基础和社会学基础上的：前者反映出了一种短期的、显著的、可以衡量的效果，后者则反映出了一种长期的、潜伏的、难以量化的效果。传播效果和受者的言语及行为有关，与社会的舆论和反响也有关。本章在传播语言学的范围内讨论效果问题，主要讨论影响语言传播效果的几种因素，语言在改善传播效果中的作用，相邻学科对语言传播效果影响诸问题，与传播学中讨论的效果问题侧重点不完全相同。

一、影响语言传播效果的各种因素

影响传播效果的因素是多种多样的。既然传播行为是在传受双方之间进行的，而受者在传播过程中又不总是处在被动地位，因此，传播双方在传播行为中的种种不同表现足以影响传播的效果；传播行为又是在一定的社会、一定的环境中进

行的，是通过一定的媒介来进行的，因此，传播的效果也不可能不受到社会环境、传播媒介的影响。再说得远一些，传者和受者在传播行为中的表现，还会受到其职业、年龄、经历、爱好、信仰等因素的影响，这种心理的、社会的、文化的、甚至物理的、生理的因素都是不能忽视的。下面所讨论的是语言传播过程中影响效果的几种主要因素。

1. 影响语言传播效果的内在因素

内在因素是从传播行为本身出发进行分析进行归纳的。任何传播行为都是由形式和内容两方面组成的，我们所说的内在因素也就包括以下两个方面：

(1)传播形式。传播形式影响传播效果，又可以从两方面进行考察：a. 传播者。我们在前面有关章节中已经谈过，传者的权威性将直接影响传播的效果。同样一句话，不同身分的人说出来会有不同的效果，这在我们的工作经历、生活经历中是屡见不鲜的。广告宣传中很注重名人效应，名人效应在越来越多的场合发挥作用。除了传播者本身的身分外，他所传播的信息的真实程度也影响传播的效果。虚假广告中尽管也有名人出场，但因为信息本身是不真实的，得到的效果自然也不会好，这说明传播者的权威性不能完全地影响传播效果。重视传播者的语言运用是一个十分重要的问题，遵循必须遵守的原则还不够，还应该去刻意追求这些原则；消极地适应语言中的信息量选择也不是最合适的，应该主动地追求更多的信息量②。传统的传播学理论认为，传播效果主要体现在受

者的行为中；我们则认为，“制造”或者体现传播效果的，则主要是传者，而且主要取决于传者的语言运用。b.传播媒介。不同的媒介在传播效果上是有差异的，国外的传播学家经过多次实验得出如下的结果：从说服功能看，直接媒介比间接媒介更好，在间接媒介中，广播这种电子媒介又要比印刷媒介效果为好。从记忆功能看，从听觉通道得到的信息效果要比从视觉通道得到的信息效果好，如果声音、文字混合使用，受者在接受信息后更容易记住。从接收功能看，较长的信息，较难的信息将更多地依赖于印刷媒介，知识水平较高的人容易受文字的影响，反之，知识水平较低的人容易受声音的影响。这是从媒介的形式不同上考虑的。另外，即使是同一媒介，也会有不同的效果。例如中央一级的报纸，发行量总会比一些地方小报要多，读者大多数都喜欢选择具有号召力和权威性的报纸。在同一电视台播放的节目中，有的收视率很高，有的收视率很低，这说明不仅媒介的形式不同会影响传播效果，媒介的等级也会影响传播效果。

(2)传播内容。传播内容当然会对传播效果产生重大影响，但首先要注意的是，传播内容必须要有好的语言运用加以表达。所谓好的，是指与这个内容最为合适的语言表述，因此，传播内容的好坏很大程度取决于表达方式的好坏，有关这一点，我们在“语言运用”这一章节中已经有所涉及。这里所说的传播内容对效果的影响，仍然是从对内容的表述方面考虑的。a.内容的来源。同一内容的信息，如果来源不同，会取得不同的效果。例如征收一个年度的车船税这则消息，一个

税务所的普通职员告诉其他人,很多人可能不将此信息作为一件重要事,但如果通过政府的公告的形式向群众宣传,会使绝大多数人相信并接受。同时,内容的来源不同,在不同的受者群中会收到不同的效果。文化层次较高的人,可能更容易接受从正式场合传来的信息,而且更相信已形成文字的消息。另外,可能更追求一种与自己心目中已形成的观点相符的信息,对于所谓的传者的权威性也敢于提出怀疑。但对于文化层次相对较低的受者群来说,他们对内容来源的判断可能更看重说话人或传播媒介的权威性的大小,同时在听到的和看到的信息面前,也很难从效果上判断出优劣来。b.内容的安排。对内容如何安排,也是一个与语言运用有关的问题,这对效果的影响也是很大的。举例来说,某一问题的论述,是先谈论点,再谈论据呢,还是先谈论据再谈论点呢,似乎很难说出一个绝对的答案来。国外传播学界有不少人对内容的安排作过调查,认为"先提出问题有吸引人的效果,但将重点意见置后能使人产生深刻的印象"。再比如,有人认为只说一面的信息对于教育水平低者非常有效,而正反两面都说的信息对于教育水平高者非常奏效,但同时又认为"内容的因素不是单一起作用的",同样也说不出绝对的意见来[③]。其实,从语言运用角度考虑,这是一个"适应题旨情景"的问题。任何顺序的先后,重点的详略,重复等涉及内容安排的问题,都只能在具体的语境下才能产生效果,"接受语境则给接受者提供不同的场制约"[④]。我们之所以觉得内容如何安排对于传播效果来说十分重要,只是由于接受语境是一个具有多重性质的综合

体，对语境的充分把握是安排好信息内容表达方式的前提和决定因素。

2. 影响语言传播效果的外在因素

外在因素主要是从语言理解的角度出发进行归纳进行分析的，与语言理解密切关联的两个要素是受者和情境，因此，外在因素首先可以分成受者和情境两类。

(1)受者。研究传播效果，与研究受者是密不可分的。内在因素是讨论传播行为对受者的影响，从影响来印证传播的效果；外在因素则主要讨论受者对传播行为的反应，从反应的不同看效果的好坏。受者对传播行为的反应，除了与环境有紧密联系外，主要受下面两个因素影响。a.原有印象。每一个人对外部世界的认识，都要用预存在内心世界的原有的印象去进行解释。每个人存在于头脑中的印象是互不相同的，当一个人接受到传播内容后，总是用自己的“印象”去验证这个内容，去解释这个内容。在一个社会中，不同立场、不同职业、不同经验和不同文化水平的人都有极不相同的原有印象。这样，同一内容的信息，经过不同受者的态度、意见、观念价值、经验等的“原有印象”的过滤，可能会变成另一种被换掉，甚至会出现与说话人本意“截然不同”的含义来。例如对某一商品房的宣传，不同经济条件，不同购买欲望的人会作出不同的反应：有的会认为商品房太贵，不是工薪阶层可以问津的；有的会认为商品房档次太低，这些人关心的是公寓式的住房。有的人漠不关心，看过即忘，有的人则想千方百计地打听进一

步的信息。这些都是和他们的"原有印象"有密切的关系的。b.人格特征。个人人格特征既包括个人生理方面的特点，如健康、年龄、性别等特征，也包括个人心理方面的特点，如兴趣、爱好、信仰、态度等特征。每个人不同的人格特征对传播内容的反应也不尽相同。除了原有印象外，从受者角度说，人格特征是最重要的影响传播效果的因素了。例如在一个中学班级里传达开展棋类比赛的消息，有的同学对这则消息抱有积极的态度，积极准备，积极参加；有的同学则对这个消息抱漠然态度，不评论，不参加；有的同学对这个消息抱反感态度，认为类似这样的比赛会影响学习等等。一个班级的同学年龄大致相同，所受的教育也大致相同，他们头脑中的"原有印象"也应该是大致相同的。对同一消息作出不同的反应，只能从他们不同的人格特征上作分析。特别要注意的是，一些人格特征有缺陷的人，例如具有"偏执狂"心理的人，以及自卑过重、严重缺乏想像力的人等，他们对传播行为的反应是不能作为判断效果好坏的标准的。

(2)情境。情境对整个传播行为都有巨大的影响，上面谈到的"适应题旨情景"说的也是情境的问题。我们这儿所说的"情境"，是指影响受者对语言信息理解的情境，与这种情境有关的因素是：a.团体。个人的原有印象对受者接受信息会有巨大的影响，团体和团体的规范对受者接受信息也会产生巨大的影响，只是前者属于个人的，而后者是由非个人因素造成的。受者选择传播的内容和理解传播的内容，都会依照合乎团体的规范去吸收，例如一个人加入了某一组织，那么赞扬该

组织的传播内容就很容易被接受，而指责该组织的传播则会拒绝接受，甚至会认为这是有意的诽谤，反而增加这位受者原有意见的坚持。团体可以是明显的，也可以是潜伏的，值得注意的是潜伏的团体对受者接受信息的影响。一个人乘公共汽车上班，当他在车站上等车时，他属于"车下"团体，等他挤上车后，他属于"车上"团体。没挤上公共汽车时，他对"太挤了，别再上了"的话持强烈的反感态度，然而等他上了车，则对"太挤了，别再上了"这样的话持同情态度，甚至自己也会说这样的话。这种情况明显地表现出了潜伏的团体规范对接受信息、理解语言的影响。b.从众心里。从众心理会影响受者的选择性注意和选择性理解。日常生活中，人们很容易受从众心理的驱使，在选择时装、市场购物等场合下采取一致的行动。在信息的接受上，也有相类似的情况。例如，某一则广告宣传"挡不住的诱惑"，甲受者在接触这则广告之前，听到过乙受者、丙受者对这则广告的赞扬，那么他很可能采取与乙丙相同的态度，马上认可这则广告。即使甲认为这则广告不好，但由于乙、丙甚至更多人都持赞同态度，受从众心理影响，甲也会慢慢地改变态度。但是，从众心理的影响不是绝对的，而且从众心理的影响有时会产生负作用，因为在某种条件、某种形势下，从的"众"不一定是正确的，他们引导别人接受的是一种虚假的信息，这种时候，"不从众"的人所能接受的信息反而是真实的、正确的。

3. 影响语言传播效果的其他因素

影响语言传播效果的还有其他因素。这些其他因素可以概括为以下三个方面，即社会因素、物理因素和文化因素，这些因素都会影响语言的运用和语言的理解。

(1)社会因素。传播对现代社会有多方面的影响，在社会生活中发挥着重大的作用，反过来，社会提供了传播行为进行的场所。但是，社会中的某些因素也会对传播起到一定的干扰作用，例如：a. 舆论。舆论是一种社会意识现象。是公众的意见和看法，是社会全体成员或大多数成员的共同信念，也是信息沟通后的一种共鸣，舆论往往产生于分散的、彼此没有联系或联系很少的个人意见。最初，个人意见处于自发的潜在状态，然后通过传播，使无数个体的意见开始融合，转化为社会的共同意见，成为一种显现状态。舆论在社会生活中具有权威性，因此，利用舆论为自己的观点服务，对舆论进行有效的控制，能取得良好的传播效果；当发现自己所说的内容与其他人的意见相仿，要把自己的意见尽快与其他个人的意见融合，形成一种有利于传播效果的舆论；当发现自己所说的内容可能会遭到其他人反对时，应该注意不要让个人意见从潜在状态转化为显现状态，不要形成与自己观点不同的舆论。b. 流言。流言是对某一社会现实进行误解或歪曲的传播过程。流言可能会有一定的事实根据，然而这种事实或者是模糊的，或者本来是清楚的，只是由于传播者的理解错误，传到后来，以至面目全非。流言虽然不同于谣言。是一种无意造成的讹

传，但它可能造成不良的后果，因此，流言是一种对传播效果的干扰因素。现代社会中，由于大众传播的发达，信息渠道增多，人们的交往也不断扩大，人们获得信息的欲望在逐渐增强。如果正常的传播渠道受到阻碍，或信息模糊不清时，流言就会增多。保持传播渠道的畅通，是消除流言的最好方法，也是增强传播效果的一个有力措施。

(2)物理因素。在整个传播行为中，物理因素虽然与传者、受者与信息本身没有直接的联系，但毫无疑问，物理因素对传播的效果会产生影响。物理因素是多方面的，下面所谈的两点仅仅是举例性的。a.时间。时间的物理意思是超自然的，它总是以相同的速度在悄悄地、不停地流逝，谁也无法让它停止。但是，在整个传播过程中，时间的意义则主要体现在人们对它的掌握上。因此，遵守时间，利用时间就成了增强传播效果的有效方法。不难设想，一个人在与别人约谈时化了很多时间等待，那么他在整个传播过程中，会使心理状态产生变化，对这次传播活动的感受会与以前的有所不同，从而影响传播的效果。另外，还得注意时间使用上的不同习惯，传播活动在不同的时间内会有不同的表现。对方时间使用上的习惯合适，传播效果自然会好，否则，就会受到影响。例如某人午饭后要稍作休息，这时如果与他约谈一件事，效果当然不会好。b.环境。这里所说的环境是指物理环境，这种环境包括的范围很广，如噪音、灯光、场所等等。不同的环境条件会带来不同的传播效果。例如，两个人之间要交谈秘密的私事，最好能选择人少、安静的地方交谈；召开学术会议，可以在宽敞、

明亮的场所进行。因此,为了有良好的传播效果,传播双方要考虑到传播的内容和性质,选择一定的环境来进行他们的传播活动。

(3)文化因素。文化与传播之间的关系是十分密切的。文化离不开传播,而传播本身就蕴含着文化的因素。文化对传播效果的影响也是多主面的:既来自传者的文化背景,也来自受者的文化背景,同时还渗透在传播媒介之中。下面所谈的两个方面也只有文化因素中的一部分。a.民俗。民俗是人类的一种文化行为,包括一个民族在物质、社会、精神等领域里的文化行为。民俗对语言传播也有影响,表现为保持不同民俗的人具有不同的语言传播习惯和语言传播方式。这样,为了使传播取得良好的效果,尊重对方的民俗习惯是很有必要的。例如,和日本人通信,在正文之前必先写上一段表示天气情况的寒暄语,这首先会使对方在态度上、距离上感到接近。再比如,和某一个来自方言区的人进行交谈,如果能使用对方的那种方言,谈话的气氛立刻就会融洽起来。b.生活方式。人类的生活方式是一个复杂的系统,每一个社会阶层都有自己的生活方式,同时,生活方式还会表现出民族差异,社区差异和个体差异来。传播行为对人们的生活方式产生过广泛的影响,生活方式也会对传播进行干预。同样内容的信息,在具有不同生活方式的人群中,会有不同的反应:宣传天伦之乐的影片,可能很合一部分人的胃口,却又为另一部分人抨击;早上,同样内容、同样媒介、同样时间播出的消息,对在这个时间里已经起床了的人来说,很欢迎能收听到这样的信息,

而对于那些正在睡眠的人来说，则会对这则消息采取完全拒绝的态度。生活方式不同，在信息的选择上、媒介的选择上、接收时间的选择上，都会表现出差异来，对传播效果的影响自然也是明显的。

二、改善传播效果的语言技巧

美国管理协会曾经提出过一套建议，称做为“良好传播十戒”，作为改善传播效果的借鉴。这十戒的内容如“传播前，先澄清概念”、“检查传播的真正目的”、“考虑传播时的一切环境情况”、“传播时应注意内容，也应同时注意语调”、“尽可能传送有效的信息”、“应有必要的反馈跟踪和催促”、“应该言行一致”、“应该成为一个好的听众”等等。上述这些能提高和改善传播效果的方法的掌握，取决于一定语言技巧的运用。这些技巧包括两个方面，表达技巧和听谈技巧，前者与传者的语言运用有关，后者与受者的语言理解有关。

1. 表达技巧

表达技巧有说的技巧和写的技巧两种，当然主要的是说的技巧。因为有一项传播研究表明，写所占的传播时间比例最少[⑤]。在人化在传播的总的时间内，45%的时间化在听上，30%的时间化在说上，16%的时间化在读上，只有9%的时间化在写上。说话的生理过程十分复杂，它是在许多器官，如舌头、肺、大脑、声带等共同的配合下产生的一种能力，这种能力

是经过后天努力学习而形成的。说话的技巧大多数不是在学校里培养出来的，而是靠自身的努力获得的。为了提高传播的效果，掌握下面所说的技巧是十分重要的。

(1)用听得懂的语言。说话人要使用受者听得懂的语言，这是保证传播效果的首要条件。这里有两个应该注意的问题。a.方言。方言间的互相借用和互相模仿主要是通过方言口语接触造成的，它比不同的语言之间的互相借用、互相模仿更为经常，更加容易，而且更难觉察。我们曾经说过，和某一方言区的人交谈，能使用对方的方言，可以促进传播的效果。然而，在多方言混杂的地方，尽管不同的方言之间已有所借用和有所模仿，但把某一方言作为交际用的主要语言仍然是不合适的，这会造成理解过程中的许多阻塞。在这样的地区，应该运用共同语作为交际的主要工具，使用优势方言的人，特别要注意这个问题。例如在某些经济特区里，外来人口的大量拥人，使这个地区的语言使用情况发生了变化，这时人们之间的交际就不能用本地的方言，而应该用普通话。上海浦东新区的交际语言，就应该用普通话，而上海浦西的交际语言，则仍可以使用原先流行的上海话。运用方言的目的是为了使传播行为能处在双方最为熟悉的语言环境中，如果做不到这一点，运用方言交谈的目的也就丧失殆尽了。b.行业语。人类自从有了社会分工，就有了按不同的行业分化而成的社群。科学技术越是发达，生产力水平越高，这种社群的数量也就越多。社群由于工作对象不同或工作性质的不同形成了职业集团。同一集团的成员，由于工作上、活动上、目的上的共同性，

在相互交际时，会产生一些不同于其他社会集团的语言特征，这种语言变体就叫作行业语。在传播行为中，应尽量少用行业语，当然，同一行业的人交谈时的情况应排除在外：这是因为行业语在属于其他社群的人听起来，是十分难懂的，这当然会影响到传播的效果。有一本语言书上曾谈到过这样一件事，某医生对病人使用“磺胺脒”、“磺胺胍”一类的拉丁药名，结果病人听起来还以为是“黄米”、“黄瓜”，闹出了不少笑话[6]。行业语虽然是准确的，甚至是精确的，然而在交际中是不适合的。对方听不懂的话，一定要杜绝使用，传播过程中，必须充分考虑到信息接受者的身分。

(2)用记得住的语言。传播效果好的标志之一，是让受者在尽可能短的时间内记住大量的有效信息。所以，对传者来说，应该尽可能使用对方记得住的语言。为了做到这一点，应该掌握一些技巧。a.化长句为短句。人脑理解语句是一种信息加工过程，由于信息通道等的限制，人脑处理语句的能力是有限的，人们理解语句的过程极大地依赖于人的短时记忆。一个句子在没有结束之前，听话人必须尽量记住前面所听到的语词。然而，人们如果一心想记住前面所说的语词，那么这种“记住”就会超过人脑短时记忆的能力的限度，他一边听一边就得及时处理，以减轻负担。短时记忆的限制据专家们测定，是“7±2”个组块，超过了这个组块，人脑对这个句子的理解就会发生障碍[7]。因此，口头表达应尽量使用短一些的句子，避免造成“组块”过多的后果。尤其是在受者不作书面记录，两个人面对面交谈的情况下，更应该少用拗口难懂的长

句。另外，从短句的交际功能来说，它也比长句更适合于在口语中使用。长句化短句可以有许多方法，如添补主语，重复谓语等。b.动态声调。汉语的每个字音节都有自己稳定的静态声调。当一个孤立的字音节进入语言组合的语境中时，它原有的单字声调往往要发生变化，产生了动态声调的现象。“从历时观点看，静态声调是普通话的基本调型，是声调的底层，而动态声调是普通话声调的变体，是声调的表层”，“从共时观点来看，静态声调出现在孤立的字音上，而动态声调出现在连续的复合词和词组上”[8]。动态声调对语境的依赖性较强，因此，在语言的表达上，一定要注意这种动态声调的使用，如果只会教条地，呆板地记住静态声调，那么说起话来必定撇声撇调的，令人反感。动态声调的变化特点还会依据词语组合格式的不同发生变化，如四字组的词语，就可以分成“二二格”如“豪情壮志”，“一一二格”如“意在沛公”，“二一一格”如“历历在目”、“一一一一格”如“酸甜苦辣”，“三一格”如“乒乓球赛”和“一三格”如“坐三轮车”等。不同格式四字组内部语言成分的语音紧密性是不相同的，会影响动态的声调。因此，从增强表达效果考虑，学一点语言知识是十分必要的。

(3)用印象深的语言。加深印象的目的在于能让信息在一个单位时间内尽可能多地通过接受通道，引起受者的注意。从这点来说，要引起重视的是下面两个问题：a.体态语言。国外在“体语学”[9]的研究中有较大进展。有学者提出，在语音学中，即使是同一说话人也并非每次都以同样方式发出一个词的语音，每一种变化，都可以称做为一个音位变体；同样，在

一定的动作中的每个"个位"的变化，可以看做为体语方面分析的最小单位，称做为"动位变体"[10]。动位变体理论的提出可以使我们认识到，同一种信息可以用不同的体态语言来表达，而同一种体态语言也可能表达不同的信息，体态语言可以提供受者从中推断出有价值的信息。这样，我们用语言符号传达信息时，只要有可能，就应该尽可能多地使用体态语言，让受者在用听觉通道接受信息的同时，还能用视觉通道接受同一内容的信息。但是，在大多数情况下，体态语言毕竟不能承担传递主要信息的任务，它是一种对语言符号起辅助作用的"符号"，因此，对体态语言的使用必须做到合适、得体。在交谈的时候，一些下意识的动作、或者与本次交谈无关的动作，只会分散受者的注意力，影响受者的信息接受，对增强传播效果也自然是无益的。b.风格语言。这儿的风格语言，可以解释为每一个人说话时所具有的不同的特点。有的人擅长发挥语言的说服功能，有的人擅长发挥语言的激励功能；有的人说话严肃严谨，有的人说话活泼幽默。发挥不同的语言功能，就是体现了一个人的语言风格。在传播过程中，语言风格的体现，是一个人思维的创造力的体现。就语言运用来说，创造性思维表现在运用不同的逻辑方法，为达到能使受者充分理解的目标，将自己语言所要传达的信息，转化为适合于对方知识结构能够容忍和接受的信息。一个人的语言风格淋漓尽致地得到发挥，无疑会在受者一方留下极其深刻的印象。个人的语言风格，可以在日常的语言实践中，经过学习、运用面得以形成。注意语言风格，发挥语言功能要注意两方面的问

题：一是如果刻意追求风格，很可能会显得做作，从而引起对方的反感，只会留下不好的印象；二是如果不追求自己风格的形成，跟在别人的后面亦步亦趋，鹦鹉学舌，变成千僧一面，当然也不会在受者那儿留下深刻的印象。

2. 听读技巧

对于传者来说，表达技巧比较重要，但对于受者来说，则听读技巧就显得比较重要了。因为传播是一个双向活动的过程，只有当信息被受者完全接受之后，传播过程才算结束。有人认为，相对于表达技巧，听读技巧不那么重要，且容易掌握，其实并不是那样的。受者在接受信息时，并不是完全处于被动的地位，因此，听读技巧的重要性也不亚于表达技巧了。

(1)听的技巧。听是一个连续的动态过程，要使这个过程始终处于工作状态。对每一个人来说，都是十分困难的，因为人们很难将自己的注意力长时间地一直集中在同一个刺激上，任何来自主观或客观的干扰，都有可能分散注意力，使这个过程停顿下来，这时听的效果就会受到很大影响。心理学家认为，听的过程是一个对听觉通道不同信息刺激的选择过程，当我们选择确定后，才能将被选择的信息输入大脑，先进行解释或认知，然后进行反应或贮存。因此，听的效果很大程度上取决于选择好一个信息的刺激，然后把注意力连续固定在这个刺激上。在传播过程中，积极地倾听有利于传播的顺利进行，有利于信息的准确接收，有利于及时地对传者的信息作出反馈，有利于加深与传者的联系。然而，受者不能在传播

过程中只扮演“听”的角色，为了促进传播行为能更有效地进行，受者必须在听的过程中，采取一些必要的技巧，使传者的表达欲望得到进一步激发，同时也提高自己的接受效果。这些技巧包括：a.语言技巧。受者在听传者说话时，尤其是二人传播时，不可能一句话不说，永远保持沉默。在听到与自己相同意见的信息时，受者可以在传者说话的间隙，做不同形式的肯定答语，如“嗯”、“是的”、“对”、“明白了”等等。这一点很重要，这是对传者所表达的意见的肯定，是对传者的一种鼓励。受者还可以用更加积极的方法对传者进行鼓励，这就是用受者自己的语言表达，复述传者所说的内容，解释传者的意图，提供共同的意见和经历，这无疑会使传者的表达欲望大大增强。在听到与自己意见不相同的信息时，首先要做到的是让对方把话说完，千万不要中途打断。其次在否定对方意见时，一般情况下，应尽可能少用断然性的否定词“不”、“完全错了”等，应该用一种既不伤害对方自尊性，又能婉转地表达自己意见的方法，把对方的不快减少到最低程度的“歧见接谈术”。可在较熟识的同辈之间，用“啊，不”来接话，在不怎么熟悉的同辈人之间，用“是的——但是”来接话；对年龄长于自己，职务高于自己的人，用“是的——还有一点”来接谈[11]。用“歧见接谈术”交谈，可以使传播行为始终处在和缓、轻松的气氛下。b.非语言技巧，在听的过程中非语言技巧也同样重要，也同样可以起到鼓励传者继续深入地说话，达到有更多信息的收听目的。非语言技巧包括身体反应和面部表情两种。例如，在倾听对方说话时，身体应该稍作前倾，以这种姿态表示对传者

所说的话题感兴趣，给传者留下洗耳恭听的印象。无论坐着或站着，不要过于紧张，也不要过于悠闲，应保持一种认真、轻松的姿态；用身体的动作或手势表示对传者的理解和支持，如用点头表示赞同等等。在面部表情方面，首先要保持眼光接触，目光应注意对方，这是一种注意力集中的表现。对于传者来说，这种目光是一种赞许和鼓励，对于受者来说，可以随时捕捉对方的各种姿态、动作、表情，获取传者传递的非语言信息，增强听的效果。其次要采取积极的面部表情，用微笑表示对对方话题的关切，用微微蹙眉表示有不同的看法等等。

(2)读的技巧。在现代社会中，各种各样的出版物在数量上以指数增长，人类处于信息爆炸的时代，绝大部分信息要靠印刷媒介进行传播，因此读将成为人类不可缺少的传播技巧。利用印刷媒介传播信息，最大的特点是信息传递和信息接受在时空上可以分离，这个特点使读比听更具有主动性、自主性和灵活性：读的过程不必像听的过程那样，具有连续性，受者可以按照自己的阅读速度，阅读习惯，阅读方式来选择信息。同时，由于耳朵与眼睛的不同功能，读的理解比听的理解要困难得多，阅读理解需要更多的后天的学习，阅读的效果直接体现在一个人的阅读能力上。阅读能力包括阅读速度和理解能力两个方面：阅读速度体现了阅读能力量上的差别，阅读速度快的人接受的信息当然要比阅读慢的人多；理解能力则是阅读能力在质上的体现，有的人看过即忘，说明他并未完全理解，有的人逐字推敲，虽然速度慢，但全面理解了书上的内容。因此，阅读效果可以用下列公式表示：

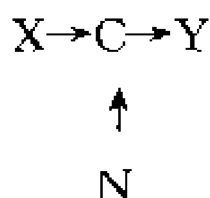
$$阅读效果=\frac{被理解的信息}{阅读时间}$$

为提高阅读效果，可采取的阅读技巧能分成下面两类。一类是正常的一般的阅读，一类是特殊的变通的阅读[12]。正常的一般的阅读，主要以“读懂”为主，让“写”(传者)和“读”(受者)双方能够沟通。在阅读过程中，按照步骤主要解决下列问题：辨认不熟悉的词语的意思；了解这些词语的用法；理解书本上的明显的陈述的信息；理解书本上的隐含在字面下的陈述的信息；理解句子的表达功能；理解句子内部的结构关系；通过词汇的连接功能理解书本上各部分的关系；通过语法上的连接功能来理解书本上各部分的关系；辨认行文中的话语指示语，如“一方面……另一方面”、“总之”、“综上所述”等；从书本之外的知识出发理解书本的信息等等。这种阅读技巧是一般人都能掌握的，只要他在阅读，只要他想读懂。比较难的是特殊的变通的阅读技巧的掌握，增进阅读效果主要依靠这种技巧，这种技巧也可从提高速度和加深理解两方面分析。就提高速度来说，可以采取跳读和泛读的方法。跳读是跳过不重要的内容。阅读心理学的实验证明，视觉接收文字信号的速度远远低于思维速度，这种速率之差往往会造成人脑的“空转”，出现虽然看在眼里但没有读进去的现象，大脑的积极思维被抑制了。跳读则正好通过省略次要信息而缩短接收文字的时间，使思维和阅读同步，从而大大增加信息的输入。泛读是我们通常所说的“扫描”，既要快，又要全部读到，这在我们生活中是经常用到的阅读方法，例如阅读一本书的目录、摘

要，阅读广告栏目等，大多采用这种扫描方式。在扫描中，要迅速地找出自己所需的信息，进行有选择的阅读。就加深理解来说，可以采取如下的办法，例如边读边做笔记，对重点、有用的内容作出摘录，以便以后的查阅；可以在书上画出重点，以便使重要的信息更加突出；可以一边阅读一边思考，从而加深印象，也可以进行默读，特别重要的地方，可以在心里默默地再读上一遍，效果会更加好一些。中国古代传统的读书方法"诵读"和"抄读"，都是对加深理解有着直接的影响的。

三、语言传播取得良好效果的理论基础

信息的传播过程如果用图表表示，应该是：



其中 X 代表传者，C 代表传播过程，Y 代表受者，N 代表噪声即干扰。我们对传播效果进行定量分析，信息的接受率 R，是受者收到的信息量和传者发出的信息量的比值，用公式表示：

$$R=\frac{\text{受者收到的信息}}{\text{传者发出的信息}}=\frac{W(Y)}{W(X)}$$

在无干扰时，即 N 不参与传播过程中，则 $W(Y)=W(X)$，$R=1$，传播效果达到最大值；反之，N 参与传播，信息受到损失，$W(Y)=0$ 时，则 $R=0$，此时，传播效果达到最小值。一般的传播效果，都是处于 $0\leqslant R\leqslant 1$ 的范围内。为了使传播效果最大

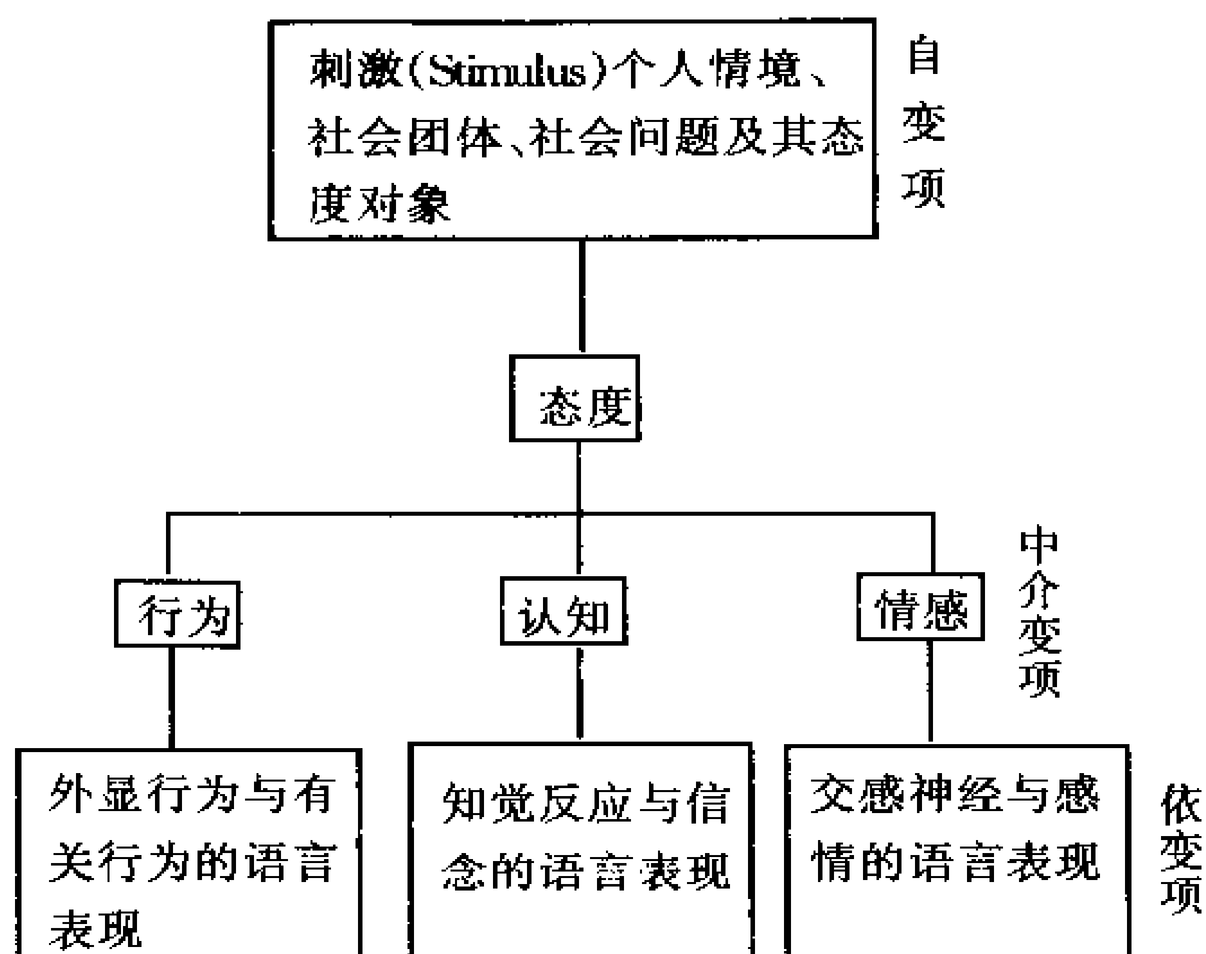
限度地趋向于等于 1，也就是我们在第三章《语言信息》中所说的使 $m=m'=m''$，达到最佳的匹配，应该加强某些方面的理论研究，使有关理论与实际应用价值之间架起桥梁，为语言传播取得良好效果提供理论基础。

1. 学习理论

学习理论是以“刺激——反应”作为基础的，也就是在刺激与反应之间建立一种必然的联系。学习理论认为，语言信息传播的效果表现在通过改变一个人的内在心理结构，如态度、动机等，进一步改变这个人的外在行为，以符合传者最初的愿望和目标，用流程图表示，则是：信息→改变或触发心理结构→改变与心理结构相关的外在行为。换句话说，学习理论是建立在传播的说服功能上的，语言传播的目的是在于达到说明性态度改变的效果，设法在受者与传者之间建立“共同性(Commonness)。研究语言传播行为，学习理论可以在以下两个方面发挥作用。

(1)分析受者态度改变的中介因素。西方有的心理学家认为，态度是由感情、认知、行为组成的，因此，学习理论可以由下图得到反映：

一般来说，态度的三个组成部分之间，具有一种相互关联性，其中某一态度发生变化，就会使其他态度也随之发生变化。从这张图中我们还可以发现，态度及其改变情况的外部表现，能够从语言中测量出来。例如态度是一种情感的，我们可以从受者的感情语言，如“太好了”、“真糟”、“我不喜欢”等



表现出来;如果态度是认知的,我们也可以观察受者的对事物所了解的程度及所持信念的那种"认知语言",如"我明白了"、"我终于懂了"、"我还不清楚"等表现出来;如果态度是行为的,我们既可以从受者的特定的刺激情境中所表现出来的外见行为进行测量,也可以从伴随着这些外见行为的语言表述进行测量。从这些依变项的表现,特别是语言表现中,推断出态度及其改变情形。学习理论认为,尽管态度不易改变,但态度仍然是日积月累学习而成的,而不是天生而来的。用一些强制性刺激,态度的改变仍然是敏感的。当然,学习理论强调的是人类理性作用,这种理论并不是万能的,有时候它不能解释一些传播效果的问题,如第五章说过的"行知不和谐"的问

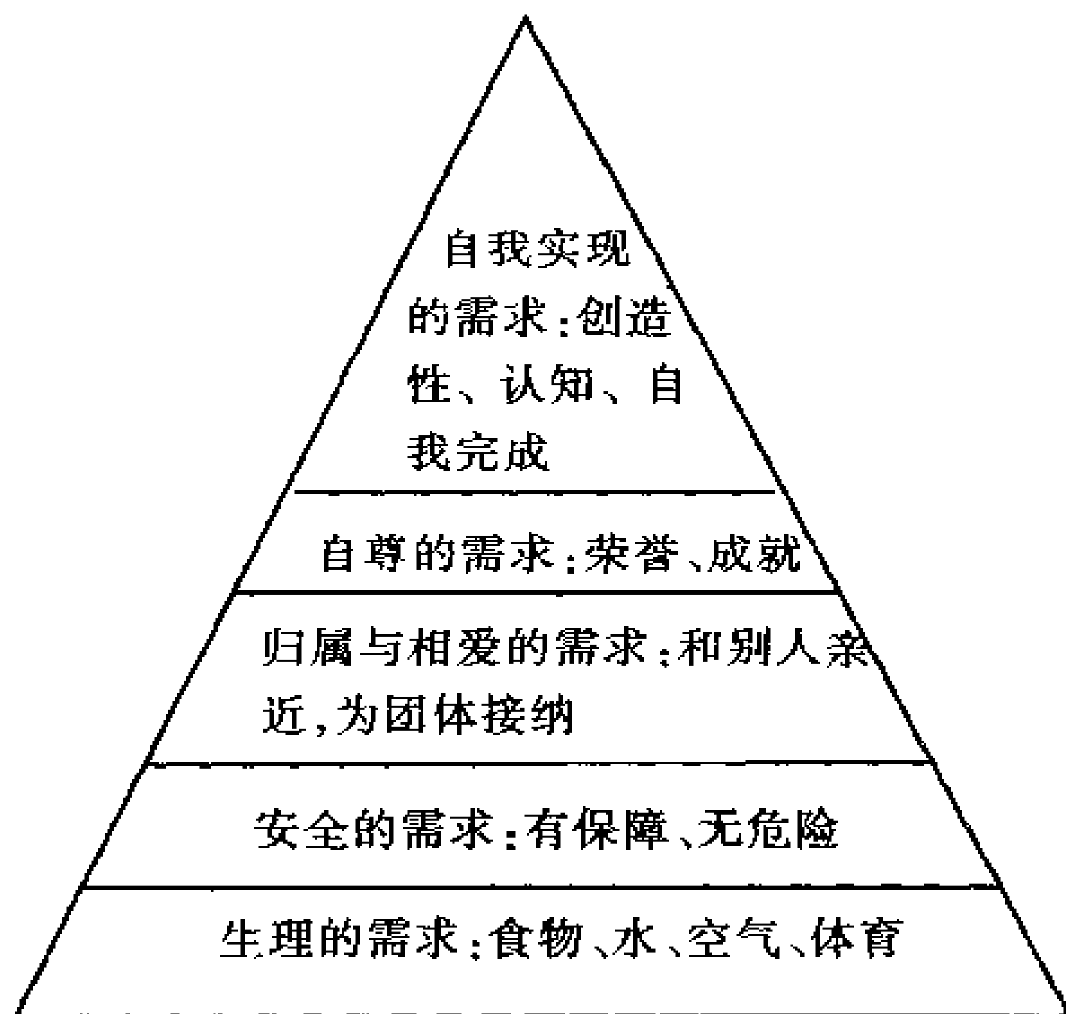
题。

(2)发挥语言符号的联想意义。学习理论的“刺激——反应”设计在语言传播中频繁地应用于给文字提供新的符号性或暗示性的含义。所谓的文字的符号性含义,是指这个字在现实生活中所指称的某个客体或事物。汉语修辞方式中的一些“借代”格的形成,与“刺激——反应”设计有密切的关系。以商品的名称、牌子称代一些商品,从文字上说,过去与商品之间没有任何联系,通过传播媒介的不断重复,文字与商品之间的联结得以固定下来,因此,受者只要一看到某个文字刺激,马上会引起反应,马上会联想起某个商品。例如看到“红塔山”,就知道是与香烟相连,听到说“凤凰”、“永久”,也知道是说的自行车。文字的暗示性含义,是指这个字能在受者的心中引起某种暗示,而这种暗示又能符合受者的愿望。广告语制作中这一点很被重视。例如江苏盐城“燕舞”牌收录机风靡全国,靠的是“一曲歌来一片情,燕舞音响动人心”的广告语,给受者以简洁、明快、轻松活泼的暗示,把“轻松”“愉快”与“燕舞”联系在一起。随着电视、广播对这则广告的不断重复播送,一种具有好感的联想就在众多的受者中产生影响。

学习理论中的“刺激——反应”设计十分简单,它用重复、联想等原则,达到传播的目的,这种设计对受者没有什么特别的要求,因为这种简单的学习对不同类别的人都有较好的效果。

2. 需要理论

人本主义心理学的创始人马斯洛(A·H·Maslow)建立了"需要层次论",他认为人的基本需要在潜力相对原理的基础上按相当确定的等级排列。由于选择原则,人的动机在先与后,强与弱,高级与低级之间进行着选择。马斯洛把需要分成五个层次,即生理的、安全的、归属与相爱的、尊重的和自我实现的。如图:



马斯洛认为,这种需求构成一个等级体系,人们首先满足

于最低级的需要，然而再致力于满足最高级的需要。但人的需要的强度不是绝对的，而是相对的，它会随着人的心理发展而发生变化。例如，一个人在婴儿时期，生理需求比其他任何需求来得重要，相对强度也较高；到了一个人的成年或老年时期，可能自我实现的需求上升为第一位。从一个人的发展来说，需求的强度大致与年龄的增长相关。另外，这种相关也不是固定不变的，一个人会因为外在环境的影响，对需求的选择可能会产生逆向移动，即从高层次的需要下滑到低层次的需要，但仍然能满足人的动机。马斯洛的需要理论可以用来为增进语言传播的效果服务，与学习理论中的"刺激——反应"设计相仿，在传播学中，可以把以需要理论为基础的，旨在提高传播效果的方法称做为引发动机设计。这种设计将包括下面两个步骤。

(1)辨明受众的动机与需要。例如，生理需要在人类其他需要中占有最大的优势：一个人在存在多种需要的情况下，总是以生理需要作为第一选择。当一个人被饥饿控制住的时候，他的一切心理活动，包括想像、记忆、思维都在为解决食物问题作积极活动，而与解决食物无关的一切智力活动都被抛到脑后。因此，一个十分饥饿的人，很难设想他会产生写诗的冲动，他也不会去计划买汽车，买高级运动鞋等，他这时候的动机只是觅取食物。这样，在进行有目的的传播行为前，探讨受众的需要层次肯定能增进传播的效果。例如尽管当前人们的生活水平有了很大提高，但对于那些至今仍处在仅仅追求温饱阶段的"老少边穷"地区的人来说，让他们去购买电冰箱，

(1)流行的产生与发展。流行(fashion)是指一个时期内在社会上流传很广，盛行一时的大众心理现象和社会行为。流行的产生有几个原因。一是社会学上的原因。流行是社会发展到一定阶段才出现的现象。只有当人们有了一定的经济条件，基本上满足了低层次的需要之后，才有可能具备选择的自由，才有可能去追求流行。二是传播学上的原因。流行既然能成为一个时期内广为流传的大众心理和社会行为，那么没有传播就构不成流行，只有依靠各种大众传播媒介的传播，个别的心理与行为才能流传开来。三是心理学上的原因。流行是人们一定心理需要的满足方式。如果一种行为，一种语言能满足人们的某种需要，就有可能被人们接受而传播开来。尽管每个人对流行的追求的动机不同，有的人需求可能是较低层次的，有的人的追求可能是较高层次的。一般来说，流行的发展要经历四个阶段，即 a. 刚刚出现，为少数人采用，很可能成为大多数人攻击的对象；b. 获得了普遍的承认，人们逐渐改变了看法，越来越多的人开始追随；c. 得到了最广泛的流传，处于相对的稳定状态；d. 被另一种新的流行所替代，进入了衰落。

(2)流行与传播效果的关系。传播与流行之间的关系非常密切，表现在：a. 传播是流行的必备条件，没有传播，流行便不能"流"和"行"；b. 大众传播媒介可以将流行转换成各种各样的符号，用声音、光线、文字、图像等形式给人类以多方面的刺激，增加人们对流行的了解，使流行现象更加普及；c. 现代的传播媒介在一定意义上是流行的制造工具，传播媒介可以

在一定的时间内选择某个议题，实行强调报道，目的在于使这个议题能引起受众的注意，对受众的态度产生较大的影响，形成认识上的一致，成为一种新的流行现象。传播影响了流行，反过来流行也影响了传播的效果。因为流行是追随者甚多，流传很广的现象，这种现象在一定的社区之内，一定的阶层之中随处可见，表现出社会的普遍性。流行是一种相符行为，个人由于种种主客观原因而产生的与他人行为、意志相符合的行为，所以，我们可以认为，如果一种传播行为的结果产生出了流行现象，那么我们完全可以认为，这时候的传播效果达到了最大值。在某种程度上甚至可以认为，流行是传播所追求的最佳效果。

(3)流行语的作用。传播的效果与流行语也有很密切的关系。“流行语”与“流行”是两个不同的概念，前者一种语言现象，是后者的一个部分。流行语的兴起有与流行相似的原因，例如流行语的传播速度往往以几何速度增长，许多人使用是为了满足一种趋赶时髦的心理需要，从众心理会使流行语在极短的时间内在某一区域达到普及的地步。同时，流行语的兴起经常要以书面语的形式使之定型化，并通过知识分子的参与使用让它们从“俗”走向“雅”，得到更快的传播[13]。例如前一阶段在上海地区流行的“不要太……”一类的用法，就表现出流行语兴起的特点。因此，为了取得传播效果，能让广告语成为流行语，是广告商刻意追求的。“不要太……”这种用法，使某一服装公司的男子西服声誉鹊起，得到畅销。因为男子西服的广告语就是“不要太潇洒”。有一阶段，上海地区

"全仕奶"饮料广告成为新的流行语，广泛流传在中小学生中，这是因为放电视剧《孽债》时，不断重复这则广告，使之家喻户晓。

四、语言研究中有关"信息噪声"的问题

语法学中，与信息噪声问题有关的是歧义结构的研究。按照申农的理论，信号＝信息＋噪声。但事实上我们在语言交际过程中，由于种种语言和非语言因素的制约，产生歧义的可能性是很小的，也就是说，在具体的传播过程中，信息噪声会通过种种过滤而得到最大限度的减弱。但是，这并不能认为歧义这种现象的研究在传播行为中没有多大的实用价值，恰恰相反，这种研究可以"作为深入探讨语言形式和语言内容种种复杂对应关系的突破口"[14]，而且，类似于与信息噪声有关的这种研究，还表现在语言学的相关学科中。

1．口语中有关"信息噪声"的研究

口语中有关"信息噪声"的问题，在许多作者的论著中有所涉及。

(1)赵元任的《汉语口语语法》。赵元任先生从外国人学习汉语的现象的分析入手，对一些语言理解上的问题作了阐述。其实，这种在理解上产生的偏差，就是一种在信息传递过程中产生的"噪声"。例如，赵先生认为"主语和谓语的关系可以是动作者和动作的关系，但在汉语里，这种句子的比例是不

大的，也许比 50%大不了多少。因此，在汉语里，把主语、谓语当做话题和说明来看待，比较合适”。“今儿他来”和“他今儿来”，在外国人听来，两句话的意思是一样的，但在说话人那儿，“词序的不同表示说话的人注意之点不同”。“‘今儿他来’是说今天的日程，‘他今儿来’是说到他和他来的日期”[15]。赵元任先生所提出的这种意义上的不同在以后出版的其他人的语法著作中也从语言理解的角度被多次提及。这种词序颠倒的情况在口语中会经常出现，而且混用的情况很多。这和说话人本来对这两种句式表示不同意思的区别不甚清楚有关；从语法角度分析，和不少人对汉语主语、谓语的认识上的差异有关。赵元任先生提出的在口语中的这种“信息噪声”，也许对以汉语作为母语的人来说，不至于造成很大的干扰，而对外国人学汉语来说，这种干扰也许很大。所以，在对外汉语教学中，上述问题很值得重视。

(2)陈建民的有关研究。陈建民对汉语口语作过深入的调查与研究，著有《汉语口语》一书[16]。他对口语中有关的“信息噪声”的问题，还在《语言文化社会新探》一书中有过专门一节加以论述[17]。他在《从言语的冗余度看说话心理》一节中，认为“人们说话多数有这种习惯或偶发性的毛病，那就是毫无表达作用的口头禅以及不成词语的‘嗯嗯呀呀’之类挂在嘴上”，这些都是多余信息。陈建民在书中还特别指出了在什么情况下这种多余信息特别多。例如“自鸣得意的人常常运用同义反复，王蒙的一篇小说中就有一位官僚主义者作报告：‘同志们，我们要努力工作，只努力不行，还要工作；只工作不

行，还要努力。我们既要努力，又要工作，合起来叫努力工作'，这段话中冗余信息特别多”。陈建民还认为“什么地方冗余度应该大，什么地方冗余度应该小，应从说话的对象和场合考虑，受话人需要多说就多说，否则以少说为佳”。如果说，赵元任先生是从语法角度研究口语中的信息噪声的话，那么陈建民则是从交际的角度讨论口语中信息噪声的问题。

(3)沈家煊的有关研究。沈家煊发表在 1992 年第 4 期《中国语文》上的《口误类例》，是全面讨论分析口语中“歧义现象”的论文。通过口误及语误的研究，文章认为“任何关于语言和认知系统的理论如果不能解释语误现象，就一定是不完善甚至错误的，语误研究的目的是以误语为证据对各种不同的理论或学说作出评判”。沈家煊从认知科学的角度出发，考证了口误的八种方式，即先置、滞后、互换、颠倒、替代、混合、归并、增减，每一类又分成若干小类。例如“水蜜(mì)桃(táo)”因为口误说成“水蜜 tiáo”，这是因为韵母置后造成的口误；“发(fā)花(huā)盆种花”说成“huā fā 盆种花”，这是音节成分互换造成的口误。口误的分析，可以用来探测语言的心理表征和心理过程。沈文的研究，对于心理语言学的发展有推动作用，对于传播语言学的研究来说，也有不少启迪作用。

2. 关于汉字规范化的问题

汉字的规范化问题，其实牵涉到汉字中的“信息噪声”如何克服的问题。使书面语言的文字书写形式规范化的方法是

正字法。正字法是提高文字交际作用的一种积极手段，正字法也是排除传播行为中信息噪声的一种积极手段。目前，进行正字法，实行汉字规范化，主要进行以下两个方面的工作。

(1)运用规范汉字，消灭错别字。错别字是文字信息中的一种噪声。有一则刊登在某地晚报上的消息：某市一家商店广告牌上，写着“处理尼龙风斗”的大字。所谓的“尼龙风斗”，应该是“尼龙网兜”。“风”字其实写的是“冈”字，写字的人把“冈”字的两竖朝外一弯，变成了“风”，而“冈”又是“网”的所谓替代简化字。“斗”的“兜”的别字。于是，“网兜”变成了“风斗”，造成了顾客理解上的困难。“错别字问题在表意文字中更为突出，古书中说过‘书三写，鱼成鲁，帝成虎’，可见汉字书写极易错讹。”[13]从汉字本身的客观因素来看，写错字主要由于汉字形体结构相似，如“步”常有人写成“歩”，可能是受了“少”的影响，“染”常有人写成“染”，可能是受了“丸”的影响。另外，写错字也可能受上下字的影响，如“辉煌”有写成“辉煋”的，“安排”有写成“按排”的等等。而写别字都是因为形近、音近造成的，如“针灸”写成“针炙”，“高粱”写成“高梁”等等。消灭错别字，对于利用文字媒介进行交际的人来说，是克服噪声，增强传播效果的有效方法。

(2)坚持使用简化汉字。自 1956 年起，国家先后公布了四批简化字，共有简化字 2238 个。这两千多个简化字经过近 40 年的推广、学习，早已深入到全国人民的方方面面去了。小学生掌握汉字就是从简化字开始的。坚持使用简化字包括两方面的工作。一是不用繁体字。近些年来，由于与港澳台

交往的增多，运用繁体字的也多了起来，再加上有些人过分夸大了汉字的功能，对助长繁体字的盛行起了推动作用。从文字的交际功能来说，繁体字的出现无疑是一种传播过程中的“噪声”，增加了绝大多数人识字的负担，尤其对从未接触过汉字的中小学生来说，等于又让他们多学习一套文字符号，学习上的难度是可想而知的。繁体字对简体字的干扰也十分明显。二是不用不标准的简体字，已公布的四批简体字，是经过社会中大多数人长期使用后形成的，我们应该维护它的规范地位。对不规范的，不标准的简化字，应该加以拒绝。例如有些地方把“厦”写成“厏”，把“商”写成“产”，把“场”写成“坊”等等。不标准的简化字也是文字交际中的障碍，是一种信息传递过程中的噪声。

做好上述两方面的工作，可以扩大汉字的交际功能，使传播的信息量达到最大值。

3. 语法学中关于歧义结构的研讨

语法学中对歧义结构的研究，是近年来很多学者感兴趣的课题，并且在这个课题上取得了一定的成绩。一般来说，语法学界关心的是书面语的歧义，主要研究的问题在于以下几个方面：

(1)歧义的类型问题。书面语中造成理解上的歧义，一般由两种情况造成。一是由词的多义性造成的。多义词用在句子当中，如果可以不止一种理解，那就产生了歧义现象。如“他在体育馆的前一站下车”中的“前”可以理解为“朝前”，如

“勇往直前”中的“前”，照这样解释，“前一站”该是过了体育馆的那一站；“前”也可以理解为“靠近前边”，如“名列前茅”中的“前”，照这种解释，“前一站”是靠近体育馆的一站，也就是离体育馆尚有一站路。这样，听话的人要善于利用语言环境，选择恰当的解释[19]。另一种歧义是由于短语的多义造成的。如“保留意见”，可以理解为保留了某种意见，也可以理解为被保留的某种意见。照前一种解释，“保留”和“意见”之间是动宾关系；照后一种解释，“保留”和“意见”之间是修饰关系。所以这样的短语用在句子中，“如果上下文不能确定它们的含义，自然就产生了歧义”[20]。再比如“我们要改良品种，不然就难以提高产量”中的“改良品种”，就是一个多义短语。对于受者来说，掌握每一个词、每一个短语所具有的不同含义是重要的，辨认词语用在句子中后所体现的意义也是重要的，更重要的是要能够利用语言环境去排除歧义，这样才能达到正确地理解原意的目的。

(2)分化歧义的方法。分化歧义结构主要是分化那些短语多义造成的歧义句式。一般来说，可以通过层次分析和语法关系分析来解决。词相同、词序相同的语段，可以作不止一种的层次切分，例如“新职工宿舍”，既可切分成“新职工/宿舍”，也可切分成“新/职工宿会”。像这种词相同，词序相同而层次不同，切分不同的语段，语法分析时称做为同形结构。用层次分析法分化同形结构，是常见的语法分析方法。有的歧义在第一层次没有表现出来，还可以通过第二层次、第三层次的切分来进行分化，如“打死老虎的人”，第一层次是“打死老

虎的/人”，第二层次可分为“打死/老虎”和“打/死老虎”两种不同的结构。语法关系的不同，可以表现在显性的层面上，如“进口彩电”可以是动宾关系，也可以是偏正关系。上述层次不同的歧义结构，它们内部的这种显性语法关系也往往不同。还有一种语法关系是表现在隐性的层面上的。例如“他在树上摘花”，既可理解为“他在树上＋他摘花”，也可理解为“花在树上＋他摘花”。隐性语法关系所造成的歧义以往一直未被重视，引用了 Harris 的变换分析方法之后，才使这种隐性的语法关系得以揭示，也才使这种歧义的分化方法得以运用。

(3)语言以外因素造成的歧义。随着对歧义问题研究的深入，有学者指出在实际的语言运用中，尚有一类在语法范围内用句式分化无法解释的多义句，造成这种句子的歧义是由于语言以外的因素。这种语言以外的因素在句子理解过程中所起的作用和语法因素所起的作用很不一样。沈家煊在他的论文《“语文的不确定性”和无法分化的多义句》(《中国语文》1991 年第 4 期)中分析了造成这种多义句的几种。如辖域多义造成的歧义，“张三才不后悔搞语言学呢”句子，可以理解为“张三搞语言学，但他并不后悔”和“张三不搞语言学，所以也不后悔”两种意思，主要区别在于“搞语言学”是不是在否定词“不”的辖域之内。又比如级差词语造成的多义，“最好生一个”中的“生”轻读，“一”重读，意思是要生一个，但不超过一个；如果“生”重读，“一”轻读，意思是“一个不生不好，至少要生一个”。这两种意思的主要区别在于前一种意思中的“一”既规定数量的下限，又规定数量的上限；而后一意思中的“一”

只规定了数量的下限。沈文注意到了一些无法分化的多义句，并找出造成这种多义现象的原因，扩展了歧义问题的研究范围，开辟了一条新的研究路子。

注：

①参见吴文虎《传播学概论百题问答》，中国新闻出版社，1988年。

②参见本书第四章《语言运用》。

③李运林：《传播理论》，高等教育出版社，1989年。

④谭学纯等：《接受修辞学》，上海教育出版社，1992年。

⑤林基瑞：《组织传播学》，湖南文艺出版社，1990年。

⑥濮侃等：《语言运用新论》，华东师大出版社，1991年。

⑦参见陆丙甫：《语句理解的同步组块过程及其数量描述》，《中国语文》1986年第2期。

⑧郭锦桴：《汉语声调语调阐要与探索》，北京语言学院出版社，1993年。

⑨同⑧。

⑩[美]马兰德罗、迈克著，孟小平等译《非言语交际》，北京语言学院出版社，1991年。

⑪同⑥。

⑫顾晓鸣：《阅读的战略》，上海教育出版社，1985年。

⑬齐沪扬：《"勿要忒"是啥意思》，《语文学习》1992年第7期。

⑭朱一之、王正刚选编：《现代汉语语法研究的现状和回顾》，语文出版社，1987年。

⑮赵元任：《汉语口语语法》，吕叔湘译，商务印书馆，1979年。

⑯陈建民：《汉语口语》，北京出版社，1987年。

⑰陈建民：《语言文化社会新探》，上海教育出版社，1989年。

⑱陈大泉:《汉字正字法》,湖北人民出版社,1983年。
⑲文炼,允贻:《语句的表达和理解》,上海教育出版社,1987年。
⑳同⑲。

参 考 文 献

一

1989 李运林:《传播理论》,高等教育出版社。
1989 韩向前:《传播心理学》,南京出版社。
1988 吴文虎:《传播学概论百题问答》,中国新闻出版社。
1990 沙莲香:《传播学》,中国人民大学出版社。
1990 钟文、余明阳:《大众传播学》,湖南文艺出版社。
1990 林基瑞:《组织传播学》,湖南文艺出版社。
1990 周晓明:《人类交流与传播》上海文艺出版社。
1986 居延安:《信息 沟通 传播》,上海人民出版社。

二

1988 桂诗春:《应用语言学》,湖南教育出版社。
1991 桂诗春:《实验心理语言学纲要》,湖南教育出版社。
1988 何自然:《语用学概论》,湖南教育出版社。
1986 秦秀白:《文体学概论》,湖南教育出版社。
1988 黄国文:《语篇分析概要》,湖南教育出版社。

1988 王钢:《普通语言学基础》,湖南教育出版社。
1990 王初明:《应用心理语言学》,湖南教育出版社。
1990 朱曼殊等:《心理语言学》,华东师范大学出版社。
1991 彭聘龄等:《语言心理学》,北京师范大学出版社。
1991 冯志伟:《数学与语言》,湖南教育出版社。
1983 陈原:《社会语言学》,学林出版社。
1994 陈原:《语言和人》,上海教育出版社。
1992 谭学纯等:《接受修辞学》,上海教育出版社。
1991 濮侃等:《语言运用新论》,华东师范大学出版社。
1987 文炼,允贻:《语句的表达和理解》,上海教育出版社。
1985 陈松岑:《社会语言学导论》,北京大学出版社。
1993 游汝杰:《中国文化语言学引论》高等教育出版社。
1988 耿二岭:《体态语概说》,北京语言学院出版社。
1989 陈建民:《语言文化社会新探》,上海教育出版社。

三

1985 William J · Baker《Experimental Lingwistics》,《The Canadian Journal of Lingwistics》.
1986 S.C. Levinson《Pragmatics》,《Conversational Implicarture》.
1989 Laurence R. Horn《Linguistics》,《The Cambridge Surver》, Vol, 1, Chapter5.
1990 Carlo Myers Scotton:《The negotiation of identities in

conversation》,《A Theory of Markedness and Code Choice》.
1986 [美]司马贺:《人类的认知——思维的信息加工理论》,荆其诚、张厚粲译,科学出版社。
1991 [美]马兰德罗 巴克:《非语言交际》,孟小平等译,北京语言学院出版社。
1987 [英]麦奎尔,[瑞典]温德尔:《大众传播模式论》,祝建华、武伟译,上海译文出版社。
1983 [英]S·皮特·科德《应用语言学导论》,上海外国语学院外国语言文学研究所译,上海外语教育出版社。
1988 [日]林 进《コミュニクーション论》,有斐阁株式会社。